

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

Н. В. Бібік

ПІДПРИЄМНИЦТВО і START-UP

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для студентів усіх форм навчання
за спеціальностями 193 – Геодезія та землеустрій,
241 – Готельно-ресторанна справа,
281 – Публічне управління та адміністрування)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2019

Бібік Н. В. Підприємництво і start-up: конспект лекцій для студентів усіх форм навчання за спеціальностями 193 – Геодезія та землеустрій, 241 – Готельно-ресторанна справа, 281 – Публічне управління та адміністрування / Н. В. Бібік ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. – 101 с.

Автор

канд. екон. наук, доц. Н. В. Бібік

Рецензент

Н. М. Матвєєва, кандидат економічних наук, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств, бізнес-адміністрування і регіонального розвитку, протокол № 1 від 28.08.2019.

© Н. В. Бібік, 2019

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Змістовий модуль 1 Засади підприємницької діяльності.....	6
Тема 1.1 Загальні засади підприємництва.....	6
Тема 1.2 Державне регулювання підприємницької діяльності.....	16
Тема 1.3 Організаційно-правові форми суб'єктів бізнесу.....	57
Тема 1.4 Установчі документи та порядок реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.....	64
Змістовий модуль 2 Створення та функціонування start-up.....	76
Тема 2.1 Start-up як інноваційний формат започаткування бізнесу..	76
Тема 2.2 Бізнес-моделювання у форматі start-up.....	79
Тема 2.3 Створення start-up.....	86
Тема 2.4 Розробка бізнес-моделі start-up.....	96
Список рекомендованих джерел.....	100

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Підприємництво і start-up» є надання студентам системи теоретичних знань і прикладних навичок з започаткування та організації підприємства, у тому числі у формі start-up.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Підприємництво і start-up» є: сформувати у студентів компетенцій, достатніх для виконання комплексних завдань зі створення підприємницької діяльності, у тому числі інноваційного формату (start-up) та управління розвитком новоствореного підприємства.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: принципи та методи організації та ведення власного бізнесу; теоретичні підходи до аналізу зовнішнього та внутрішнього підприємницького середовища; принципи та методи аналізу господарських процесів в середині підприємницьких структур; особливості залучення інвестицій для реалізації проекту; визначення та сутність діяльності start-up підприємств; основні аспекти ефективного брендінгу та просування start-up продуктів.

вміти: здійснювати господарський аналіз діяльності підприємницьких структур та аналіз процесів і явищ у зовнішньому оточенні бізнесу; складати необхідні документи для реєстрації власного підприємства; складати бізнес-плани розвитку власного бізнесу; генерувати креативні ідеї; оцінювати та обирати інноваційні ідеї для реалізації в форматі start-up; правильно обирати цільову аудиторію та засоби комунікацій.

мати компетентності: організації підприємницької діяльності у різних галузях економіки, у тому числі у сфері інноваційної діяльності; здатність до визначення особливостей вибору бізнес-моделі; здатність до

визначення напрямків позиціонування start-up; готовність до формування навичок та ефективних прийомів презентації start-up; здатність до висвітлення форми зацікавлення інвесторів та залучення капіталу; здатність до побудови партнерства для ефективного функціонування start-up; готовність до створення бренду та бренд-менеджменту; здатність до розробки програми формування лояльності клієнтів та утримання споживачів; готовність до обрання оптимальних напрямів інтерактивного маркетингу, просування в соціальних мережах; здатність до ведення віртуального бізнесу.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1.1 Загальні засади підприємництва

Вперше авторство терміна «підприємництво» адресують Кантільону (XVII ст.). Проте й у сучасній економіці відсутня єдність поглядів на це поняття. Наразі серед безлічі існуючих підходів до його визначення можна виділити два основних:

- *традиційний* підхід: підприємництво – це бізнес (слово «підприємець» походить від франц. *intrepandre*, що означає робити, зробити, узяти на себе, намагатися). Відповідно підприємець – фізична особа, яка створює і управляє власним бізнесом;
- *нетрадиційний* підхід (починаючи з 80-х рр. XX ст.): підприємництво – широке поняття (заповзятливість – скоріше тип поведінки, ніж особова характеристика). Підприємництво стало розглядатися як спосіб мислення, стиль поведінки, спосіб життя.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (ст. 42 Господарського кодексу України).

Передумовою появи нового нетрадиційного погляду на підприємництво було те, що великі компанії усвідомили необхідність гнучкості як умови виживання і збереження своїх позицій. Намітилася тенденція до децентралізації всередині компанії, створення підприємницьких підрозділів (відділень), розроблення дивізіональних структур, внутрішнього підприємництва, появи нових вимог до менеджерів, які повинні були стати підприємцями всередині підприємства. Виникли поняття внутрішнього і зовнішнього підприємництва.

Підприємець згідно з нетрадиційним підходом – це:

- новатор, генератор нових ідей, підходів;
- людина, яка приймає на себе ризик;
- людина, яка шукає й знаходить нові можливості;
- креативна особистість, яка створює щось нове, засновник нової справи.

Тобто підприємцем можна бути в будь-якій галузі, якщо виявляти ініціативу, виступати з новими ідеями, самостійно приймати нові нестандартні рішення, знаходити можливості для їх здійснення, вміти організовувати їх виконання.

Розрізняють три види підприємницької діяльності: виробничу, комерційну і фінансову.

Об'єктом діяльності в галузі виробництва є процес господарювання з виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг при кругообігу ресурсів: виробничі ресурси – виробництво – готова продукція (роботи, послуги) – товар – продаж – валовий дохід – фінансовий результат.

Виробниче підприємництво передбачає: визначення виду виробничої діяльності та номенклатури асортименту продукції (товарів, робіт, послуг), яку буде виробляти підприємець. Підприємство може існувати доти, доки має споживачів об'єктів своєї господарської діяльності; виявлення потреби у товарах, необхідних потенційному споживачеві (маркетингова діяльність); оформлення контракту між підприємцем і покупцем товару; здійснення самого виробництва товарів і послуг. Все необхідне для виробництва (засоби праці, сировина і матеріали, інформація) підприємець придбає самостійно. З огляду на це підприємець повинен вміти визначати основні виробничі операції, машини та устаткування, сировину, матеріали та комплектуючі вироби, виробничі та невиробничі приміщення, необхідні для здійснення господарської діяльності; залучення до своєї діяльності сторонніх організацій та осіб, якщо окремі роботи підприємець не здатний виконати своїми силами.

Фінансовий результат виробничого підприємництва характеризують прибуток і рентабельність виробництва продукції (відношення прибутку

до затрат виробництва). Чим успішніше працює підприємство, тим вищі ці показники.

Суть *комерційної діяльності* становлять торгово-обмінні операції з купівлі-продажу (перепродажу) товарів при кругообігу ресурсів: ресурси для господарської діяльності – товар – продаж – валовий дохід – фінансовий результат.

Схема комерційного підприємництва аналогічна схемі виробничої підприємницької діяльності. Відмінність полягає у відсутності в комерційному підприємстві виробництва по випуску продукції та необхідності в зв'язку з цим забезпечувати це підприємство сировиною. Комерційній підприємницькій діяльності передуює аналіз ринку, на основі якого визначаються обсяг і ціна товару, що закуповується, обсяг і ціна реалізації цього товару. Остання має бути вищою за купівельну ціну.

Комерційна діяльність передбачає: добір кадрів, здатних виконувати операції придбання, транспортування, продажу товарів та інші торгово-посередницькі послуги; придбання товарів для наступного їх продажу; будівництво, оренду або придбання складських приміщень та торгових точок для зберігання та продажу товарів; залучення сторонніх організацій для виконання посередницьких робіт; фінансування підприємства для придбання товарів; збирання необхідної інформації для визначення постачальників (продавців) і покупців; продаж товарів покупцям.

Об'єктом *фінансової діяльності* є процес господарювання з купівлі-продажу грошей, валюти, цінних паперів та обслуговування розрахункових операцій при кругообігу ресурсів: ресурси для господарської діяльності – придбання фінансових ресурсів – продаж – валовий дохід – фінансовий результат.

Схема фінансової діяльності аналогічна комерційній. Підприємець виступає як продавець фінансового товару або дає його в борг за певну плату. Грошова виручка від продажу фінансового товару використовується для покриття витрат і отримання прибутку.

Під *звичайною діяльністю* мають на увазі будь-яку діяльність підприємства, а також операції, які її забезпечують або виникають внаслідок здійснення такої діяльності.

До *надзвичайної діяльності* відносять такі операції або події, які відрізняються від звичайної діяльності, не відбуваються часто або регулярно та не передбачаються підприємцем. Це – стихійні лиха, пожежі, техногенні аварії, експропріація приватної власності державою тощо.

Одні й ті ж події можуть бути надзвичайними для одного підприємства і звичайними для іншого.

Звичайна діяльність, у свою чергу, поділяється на операційну та іншу (фінансову й інвестиційну).

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, що не є інвестиційною або фінансовою діяльністю.

До основної діяльності відносять операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, послуг), які є визначальною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

Інша операційна діяльність включає реалізацію виробничих запасів, оперативну оренду активів тощо.

Підприємницька діяльність може здійснюватись лише за умови державної реєстрації суб'єктів господарювання.

Держава здійснює регулювання окремих видів підприємництва шляхом ліцензування та обмеження окремих видів підприємницької діяльності для певних організаційних форм господарювання.

Розуміння сутності підприємництва зв'язано також з визначенням його ролі в економіці різних рівнів системи господарювання. Роль і значення підприємництва в економічному розвитку полягає у такому:

– підприємництво є важелем для зміни структури економіки. Для підприємців основний спонукальний мотив – можливість одержання прибутку. Вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку

перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники.

– розвиток підприємництва створює «поживне середовище» для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції фірми. Вони стимулюють господарську активність, підтримуючи конкуренцію й існуючий ринок.

– підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку. Цей своєрідний прискорювач істотно впливає на структурну перебудову в економіці; збільшення обсягів виробництва і надання послуг; стимулювання інвестиційної діяльності; підвищення рівня попиту і пропозиції; прискорення темпів економічного розвитку національної економіки в цілому.

– підприємництво сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємця нерозривно зв'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найму робочої сили.

– підприємництво забезпечує сильнодіючі стимули до високоефективної праці. У більшості випадків особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше заінтересовані в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший виграш для економіки в цілому.

Отже, підприємництво виконує особливу функцію в економіці і народному господарстві, змістова сутність якої зводиться до оновлення економічної системи, створення інноваційного середовища, що спричиняє руйнацію традиційних структур і відкриття шляху до перетворень,

зрештою стає тією силою, котра прискорює рух економіки по шляху ефективності, раціоналізації, бережливості і постійного оновлення.

Принципи підприємницької діяльності — засадничі базові ідеї та положення, яким повинна відповідати підприємницька діяльність і які базуються на загальних положеннях про свободу здійснення такої діяльності:

1) вільний вибір видів підприємницької діяльності (для окремих осіб здійснення підприємницької діяльності не можливо; особа, яка вчинила корисливий злочин не може займати керуючу посаду; якщо до особи було застосоване обмеження займатися окремими видами підприємницької діяльності);

2) залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних та фізичних осіб;

3) самостійне формування програм діяльності, вибір постачальників та споживачів виробленої продукції, встановлення цін відповідно до законодавства;

4) вільний найм працівників (вільне формування штату);

5) залучення матеріально - технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законодавством;

6) вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших передбачених законом платежів;

7) самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, а також використання підприємцем належної йому долі валової виручки на свій розсуд;

8) комерційного розрахунку та власного комерційного ризику (стаття 44 Господарського Кодексу України).

Основними функціями підприємництва є новаторська, організаційна, господарська, соціальна та особиста (в економічній літературі ця функція не виділялась).

Новаторська функція полягає у сприянні процесу продукування нових ідей (технічних, організаторських, управлінських та ін.), здійсненні дослідно-конструкторських розробок, створенні нових товарів і наданні нових послуг тощо.

Організаційна функція зводиться до впровадження нових форм і методів організації виробництва, нових форм заробітної плати та їх оптимального співвідношення з традиційними, до раціонального поєднання форм одиничного поділу праці, основних елементів системи продуктивних сил і контролю за їх використанням.

Господарська функція підприємництва — це найефективніше використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів.

Соціальна функція полягає у виготовленні тих товарів і послуг, які необхідні суспільству відповідно до основної мети і вимог дії основного економічного закону.

Особиста функція підприємництва передбачає реалізацію власної мети підприємця, отримання ним задоволення від своєї роботи. Так, при опитуванні власників дрібних компаній Великобританії з'ясувалось, що переважна більшість із них (понад 80 %) головними стимулами своєї підприємницької діяльності вважать не особисте збагачення, а можливість відчути себе незалежним і мати задоволення від власної праці. Очевидно, що це можливо лише за умов успішної роботи компанії, отримання відповідних прибутків.

У Законі України "Про підприємництво" головними принципами, на основі яких здійснюється підприємництво, названі такі: вільний вибір діяльності на добровільних засадах; залучення до підприємницької діяльності майна і коштів юридичних осіб і громадян; самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників і споживачів вироблюваної продукції; встановлення цін відповідно до законодавства; вільне наймання працівників; залучення і використання матеріально-

технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством; вільне розпоряджання прибутком, що залишається після внесення платежів, установлених законодавством; самостійне здійснення підприємцем юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності, використання будь-яким підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Основними умовами підприємництва є реальний плюралізм типів і форм економічної власності, науково обґрунтована правова база, пільгове оподаткування, стабільна політична ситуація, виважена економічна політика держави щодо підприємництва, сприятлива громадська думка та ін. В Україні найважливішими передумовами підприємництва є проведення демократичного акціонування на роздержавлених підприємствах, демонополізація виробництва, активна підтримка державою інвестиційних процесів щодо різних суб'єктів підприємницької діяльності та ін. Крім того, в країні повинні існувати спеціалізовані консультативні центри для підприємців з питань управління, маркетингу та інноваційні центри, що надають фінансову й іншу допомогу особам, які бажають займатися підприємницькою діяльністю тощо.

Підприємницька діяльність — праця індивіда, заснована на розвитку особистих якостей, розширенні знань щодо своїх можливостей, спрямованих на досягнення найкращого результату у господарській діяльності, реалізацію власної мети, отримання економічної вигоди і насамперед привласнення додаткового продукту.

Підприємництвом не можна вважати виконання будь-якого завдання, отриманого від іншої особи, якщо у виконавця був відсутній хоча б один особистісний фактор і не було права на свободу такої діяльності. Особистісними факторами підприємництва є особиста власність, фізичні, розумові здібності, знання і досвід, становище в суспільстві, права тощо.

Розпочинаючи свою діяльність, підприємець повинен здійснити вибір щодо:

- 1) сфери і масштабів діяльності;
- 2) місця розташування підприємства, фірми;
- 3) форми підприємницької діяльності і назви фірми;
- 4) способів і джерел фінансування та інвестування.

При виборі форми підприємництва до уваги насамперед беруть масштаб діяльності, форму відповідальності підприємця, можливості отримання кредитів, існуючий рівень оподаткування, можливий обсяг реалізації продукції та інші фактори.

Обираючи сферу діяльності майбутній підприємець повинен заздалегідь проаналізувати потреби ринку у певних видах товарів і послуг, доцільність залучення коштів ззовні, визначитись з партнерами у постачанні сировини, комплектуючих виробів тощо, з торговельними організаціями та ін. Після цього складають бізнес-план, обирають організаційно-правову форму підприємства, добирають кадри, укладають угоди з підприємствами-субпідрядниками і постачальниками, залучають (у разі необхідності) зовнішні джерела фінансування, розпочинають процес будівництва тих чи інших об'єктів.

Підприємець повинен мати такі найважливіші якості, що групуються навколо відповідних функцій:

- 1) здатність бачити в людині основне джерело підвищення ефективності роботи підприємства, генератора нових ідей; проводити політику формування лідерів і новаторів, стимулювати у них виправданий ступінь ризику; формувати економічне мислення; постійно здійснювати пошук нових можливостей, бути ініціативним та ін.;

- 2) уміння об'єднати людей для досягнення спільної мети, здатність переконувати їх, приділяти увагу прагненням людей, їх духовним якостям, домагатись, щоб цінності фірми підтримували всі працюючі тощо;

- 3) професійна підготовленість для пошуку оптимальних варіантів розвитку підприємства, інтенсифікації його діяльності; здатність постійно орієнтуватись на ефективність та якість, здійснювати систематичне

планування, прагнути до всебічної інформованості, йти на розумний ризик; впроваджувати такі форми і системи заробітної плати, які сприяють економії ресурсів (сировини, електроенергії, палива, праці); надавати підрозділам певну автономію в поєднанні з жорстким централізмом щодо досягнення стратегічних цілей та ін.;

4) постійне орієнтування на потреби споживачів; сплата податків відповідно до чинного законодавства; прагнення не забруднювати довкілля; добиватись оптимального поєднання індивідуальних, колективних та суспільних інтересів; відповідати за свої дії;

5) уміння діяти цілеспрямовано, енергійно, вірити в успіх справи, бути наполегливим і гнучким, розвивати свої творчі, організаторські здібності тощо.

Розвиток суспільної форми капіталу має певні історичні межі, сутність яких розкривається в історичній тенденції капіталістичного нагромадження.

Тема 1.2 Державне регулювання підприємницької діяльності

Держава і підприємництво вступають у певні відносини, в яких кожна зі сторін має значний вплив. Держава має потребу в підприємстві, оскільки ринкова система забезпечує її матеріальними ресурсами, послугами і товарами, фінансовою підтримкою державних програм і т.п.

Підприємництво забезпечує зайнятість населення і підвищення його життєвого рівня. У свою чергу, підприємництво має потребу в державі, оскільки йому необхідне законодавство, що регламентує правила економічної діяльності, її безпеки, захисту і стабільності, а також функціонування монетарної системи, стабільної економічної і соціальної інфраструктури. Підприємництво покладається на конституційний захист і державну підтримку.

Державні органи на різних рівнях впливають на підприємницьку діяльність, тому результати її здійснення залежать від держави. Саме державне регулювання створює те середовище, у якому діють підприємці, забезпечуючи захист права власності, виконання договірних зобов'язань і т.п. Іноді відносини між державою і підприємництвом можуть виявлятися у конфліктах. Найбільш прийнятним варіантом відносин між державою і підприємництвом є відносини співробітництва.

Питання ступеня державного впливу є дискусійним. Одні вчені вважають, що для розвитку економіки є необхідною відмова держави від регулювання більшості сфер підприємницької діяльності. Інші, навпаки, наполягають на значному посиленні ролі держави в регулюванні підприємництва для забезпечення суспільних інтересів. Необхідність у відносинах співробітництва між державою і підприємництвом, зокрема, підтверджується досвідом і успіхами Японії, Кореї, Тайваню й інших держав, чиї національні стратегії характеризуються тісним співпрацею між державою і підприємництвом в ім'я досягнення визначених позицій в обраних галузях світового ринку. Ті ж країни, чиї стратегії

характеризувалися твердими чи навіть антагоністичними відносинами держави і підприємництва, були, відповідно, менш успішними на світовому ринку.

Окрім того, сучасний період розвитку суспільства характеризується глобалізацією підприємництва, створенням міжнародних об'єднань підприємців, а також можливостями використання передових технологій для економічного розвитку держав, унаслідок чого багато держав допомагають, направляють, регулюють і контролюють підприємництво для досягнення технологічної переваги. Таким чином, зростання конкуренції на світовому ринку, глобалізація бізнесу і підвищення значимості інновації підсилюють, у свою чергу, необхідність розвитку відносин співробітництва між державою і підприємництвом.

Державне регулювання підприємництва — це вплив держави на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності з метою забезпечення правових, економічних та організаційних умов становлення і розвитку підприємництва,

Без державного регулювання підприємництво ніколи не зможе зробити виробництво економічно безпечним, гарантувати реалізацію соціально-економічних прав людини, вирівняти структурні та регіональні диспропорції тощо.

Державне регулювання підприємництва має свої функції, інструменти (методи) та відповідні органи.

Основні функції державного регулювання підприємництва такі:

- 1) підтримка пропорційності виробництва та споживання, антициклічне регулювання;
- 2) підтримка та розвиток конкуренції, антимонопольні заходи;
- 3) перерозподіл доходів та соціальний захист підприємців і споживачів.

До **інструментів** (методів) державного регулювання підприємництва, належать:

- фінансові (податково-бюджетна система);
- монетарні (кредитно-грошове регулювання);
- цінове регулювання;
- зовнішньоекономічне регулювання (митні збори, ліцензії, квоти).

Органами державного регулювання підприємництва є центральні, а також місцеві органи виконавчої влади та органів самоврядування, які реалізують державну політику щодо регулювання, підтримки та розвитку підприємництва. Зокрема, функції координатора макроекономічної політики держави в Україні виконує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.

На міністерство також покладені функції з реалізації державної регуляторної політики, державної політики з питань розвитку підприємництва, політики ліцензування та надання державних дозволів, цінове регулювання, серед обов'язків міністерства – забезпечення діяльності Координаційної ради з питань розвитку малого та середнього підприємництва. Державна реєстраційна служба України виконує функції з реалізації державної політики у сфері реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Функції контролю за дотриманням антимонопольного законодавства, захисту суб'єктів підприємництва та споживачів виконує Антимонопольний комітет України.

Основним центральним органом влади стосовно здійснення державного регулювання і підтримки підприємництва та ліцензування підприємницької діяльності є Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва, діяльність якої спрямовується і координується Міністерством економічного розвитку і торгівлі.

Державне регулювання діяльності суб'єктів підприємництва має бути продуманим і збалансованим, тобто таким, що надає можливість суб'єктам підприємництва ефективно розвиватися і при цьому забезпечує необхідні соціальні потреби й інтереси.

За засобами впливу на підприємництво можуть застосовуватись як прямі адміністративні методи впливу (закони, укази, накази, постанови, інструкції, положення тощо), так і система непрямих економічних методів та регуляторів (податки, ціни, банківські проценти, кредити, пільги, санкції та ін.).

Держава для реалізації економічної політики, виконання цільових економічних та інших програм і програм економічного і соціального розвитку застосовує різноманітні засоби і механізми регулювання підприємницької діяльності. Основні **засоби регулюючого впливу** держави на діяльність суб'єктів господарювання в Україні :

- державне замовлення;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація та стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін і тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Державне замовлення є засобом державного регулювання економіки шляхом формування на договірній (контрактній) основі складу та обсягів продукції (робіт, послуг), необхідної для пріоритетних державних потреб, розміщення державних контрактів на поставку (закупівлю) цієї продукції (виконання робіт, надання послуг) серед суб'єктів господарювання, незалежно від їх форми власності.

Держава може надавати дотації суб'єктам господарювання: на підтримку виробництва життєво важливих продуктів харчування, на виробництво життєво важливих лікарських препаратів та засобів реабілітації інвалідів, на імпорتنі закупівлі окремих товарів, послуги транспорту, що забезпечують соціально важливі перевезення, а також суб'єктам господарювання, що опинилися у критичній соціально-економічній або екологічній ситуації, з метою фінансування капітальних

вкладень на рівні, необхідному для підтримання їх діяльності, на цілі технічного розвитку, що дають значний економічний ефект, а також в інших випадках, передбачених законом. Держава може здійснювати компенсації або доплати сільськогосподарським товаровиробникам за сільськогосподарську продукцію, що реалізується ними державі.

Держава здійснює **контроль і нагляд** за господарською діяльністю суб'єктів господарювання у таких сферах:

- збереження та витрачання коштів і матеріальних цінностей суб'єктами господарських відносин – за станом і достовірністю бухгалтерського обліку та звітності;

- фінансових, кредитних відносин, валютного регулювання та податкових відносин – за додержанням суб'єктами господарювання кредитних зобов'язань перед державою і розрахункової дисципліни, додержанням вимог валютного законодавства, податкової дисципліни;

- цін і ціноутворення – з питань додержання суб'єктами господарювання державних цін на продукцію і послуги;

- монополізму та конкуренції – з питань додержання антимонопольно-конкурентного законодавства;

- земельних відносин – за використанням і охороною земель; водних відносин і лісового господарства – за використанням та охороною вод і лісів, відтворенням водних ресурсів і лісів;

- виробництва і праці - за безпекою виробництва і праці, додержанням законодавства про працю; за пожежною, екологічною, санітарно-гігієнічною безпекою; за дотриманням стандартів, норм і правил, якими встановлено обов'язкові вимоги щодо умов здійснення господарської діяльності;

- споживання - за якістю і безпечністю продукції та послуг;

- зовнішньоекономічної діяльності – з питань технологічної, економічної, екологічної та соціальної безпеки.

Незаконне втручання та перешкоджання господарській діяльності суб'єктів господарювання з боку органів державної влади, їх посадових осіб при здійсненні ними державного контролю та нагляду забороняються. Суб'єкт господарювання має право на одержання інформації про результати інспектування і перевірок його діяльності не пізніш як через тридцять днів після їх закінчення, якщо інше не передбачено законом. Дії та рішення державних органів контролю та нагляду, а також їх посадових осіб, які проводили інспектування і перевірку, можуть бути оскаржені суб'єктом господарювання у встановленому законодавством порядку. Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання подання статистичної інформації та інших даних, не передбачених законом або з порушенням порядку, встановленого законом.

В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва, зокрема малого бізнесу, має стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання. Усвідомлюючи новаторську роль підприємництва, держава надає йому всебічної підтримки.

Державна політика підтримки підприємництва – це сукупність пріоритетних народногосподарських підходів і рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку підприємництва з урахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання, створення стимулів, використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно.

Основними **цілями** державної політики підтримки підприємництва є:

- забезпечення зростання внутрішнього валового продукту за рахунок діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;
- залучення суб'єктів підприємництва до розв'язання соціально-економічних проблем на державному і регіональному рівнях;

- удосконалення структури суб'єктів підприємництва;
- підвищення технологічного рівня виробництва підприємницьких структур;
- заохочення розвитку суб'єктів підприємницької діяльності у пріоритетних галузях і на територіях пріоритетного розвитку;
- створення нових робочих місць, зменшення безробіття.

Державна підтримка підприємництва в Україні спрямована на створення сприятливих організаційних та економічних умов для його розвитку та передбачає:

- надання підприємцям земельних ділянок;
- передання державного майна, необхідного для здійснення підприємницької діяльності;
- сприяння підприємцям в організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування, підготовці кадрів;
- здійснення первісного облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої та соціальної інфраструктури з продажем або передачею їх підприємцям у визначеному законом порядку;
- стимулювання модернізації технології, інноваційної діяльності, освоєння нових видів продукції і послуг та інші види допомоги.

У січні 2012 р. був прийнятий закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», згідно з яким державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва включає фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, в тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів. Базові види фінансової державної підтримки :

- часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва;

- часткова компенсація лізингових, факторингових платежів та платежів за користування гарантіями;

- надання гарантії та поруки за кредитами ;

- надання кредитів, у тому числі мікрокредитів, для започаткування і ведення власної справи;

- надання позик на придбання і впровадження нових технологій;

- компенсація видатків на розвиток кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами;

- фінансова підтримка впровадження енергозберігаючих та екологічно чистих технологій та ін.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, може здійснюватися шляхом:

- сприяння просуванню на ринки іноземних держав продукції вітчизняного виробництва (товарів, робіт і послуг), об'єктів інтелектуальної власності, а також створення сприятливих умов для українських учасників експортної діяльності;

- співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку підприємництва;

утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що сприяють експортній діяльності, зокрема шляхом надання фінансової підтримки (кредитування, гарантування, страхування експортних операцій, відшкодування частки відсоткових ставок за кредитами для провадження експортної діяльності, часткове покриття витрат, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, вивченням кон'юнктури зовнішнього ринку, пошуком партнерів, просуванням товарів на нові ринки, відрядженням спеціалістів для вивчення ринків іноземних держав, перепідготовкою та підвищенням

кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва з питань експортної діяльності);

- сприяння участі суб'єктів підприємництва у виставках, ярмарках за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва, у тому числі шляхом надання в оренду виставкових площ, покриття витрат пов'язаних з участю в таких виставках, ярмарках;

- сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва передбачає формування програм, в яких визначається механізм цієї підтримки. Програми державної підтримки розробляються та впроваджуються спеціально уповноваженим органом у сфері розвитку малого та середнього підприємництва. За сприянням державних органів забезпечуються пільгові умови підприємцям, які впроваджують прогресивні технології, створюють нові робочі місця, використовують працю громадян, що потребують соціального захисту. Особлива увага приділяється сприянню розвитку малого підприємництва. Закон містить положення про обмеження щодо надання державної підтримки, по окремих видах діяльності, за наявності заборгованості перед бюджетом та ін.

Засобом державної підтримки та регулювання підприємницької діяльності на територіальному рівні є створення вільних економічних зон.

Спеціальною (вільною) економічною зоною (СЕЗ) вважається частина території України, на якій встановлено спеціальний правовий режим господарської діяльності, особливий порядок застосування та дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони можуть запроваджуватися пільгові митні, податкові, валютно-фінансові та інші умови підприємництва вітчизняних та іноземних інвесторів. Спеціальні (вільні) економічні зони створюються з метою

залучення інвестицій та ефективного їх використання, активізації спільно з іноземними інвесторами підприємницької діяльності з метою збільшення експорту товарів, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції і послуг, впровадження нових технологій, розвитку інфраструктури ринку, поліпшення використання природних, матеріальних і трудових ресурсів, прискорення соціально-економічного розвитку України. На території України можуть створюватися СЕЗ різних функціональних типів: вільні митні зони і порти; експортні, транзитні зони; митні склади; технологічні парки; технополіси; комплексні виробничі, туристично-рекреаційні, страхові, банківські зони тощо. Окремі економічні зони можуть поєднувати в собі функції, властиві різним типам спеціальних (вільних) економічних зон.

Держава забезпечує захист прав і законних інтересів суб'єктів господарювання та споживачів. Права та законні інтереси зазначених суб'єктів захищаються шляхом:

- визнання наявності або відсутності прав;
- визнання недійсними актів органів державної влади, що ущемляють права та законні інтереси суб'єкта господарювання або споживачів;
- визнання недійсними господарських угод;
- відновлення становища, яке існувало до порушення прав та законних інтересів суб'єктів господарювання;
- припинення дій, що порушують право або створюють загрозу його порушення;
- присудження до виконання обов'язку в натурі;
- відшкодування збитків;
- застосування штрафних, адміністративних та інших санкцій;
- іншими способами, передбаченими законом. Господарським кодексом визначені **загальні гарантії прав підприємців**:

1. Держава гарантує усім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права та рівні можливості для залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів.

2. Забезпечення підприємця матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється з метою виконання підприємцем поставок, робіт чи послуг для пріоритетних державних потреб.

3. Держава гарантує недоторканність майна і забезпечує захист майнових прав підприємця. Вилучення державою або органами місцевого самоврядування у підприємця основних і оборотних фондів, іншого майна допускається лише в умовах воєнного чи надзвичайного стану або за рішенням суду.

4. Збитки, завдані підприємцю внаслідок порушення громадянами чи юридичними особами, органами державної влади чи органами місцевого самоврядування його майнових прав, відшкодовуються підприємцю.

5. Підприємець або громадянин, який працює у підприємця по найму, у передбачених законом випадках може бути залучений до виконання в робочий час державних або громадських обов'язків, з відшкодуванням підприємцю відповідних збитків.

Право власника захищається такими документами, як свідоцтво про власність, договір купівлі-продажу, орендний (лізинговий) договір. При порушенні договору одна зі сторін має право звернутись до суду з позовом про компенсацію.

Право інтелектуальної власності захищається такими документами:

- патенти на винаходи;
- авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо);
- ліцензійна угода - це договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі тощо (ліцензіар) передає іншій

стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти та інші нематеріальні активи;

– свідоцтва на товарні знаки, торгові марки, найменування місця походження товару, фірмове найменування тощо.

Держава здійснює **антимонопольно-конкурентну** політику та сприяє розвиткові змагальності у сфері господарювання. Законами визначені правила конкуренції та норми антимонопольного регулювання. Державний контроль за дотриманням антимонопольно-конкурентного законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснюються Антимонопольним комітетом України

З метою запобігання монопольному становищу окремих суб'єктів господарювання на ринку створення, реорганізація та ліквідація суб'єктів господарювання, придбання їх активів, часток (акцій, паїв) господарських товариств, а також утворення об'єднань підприємств або перетворення органів влади в зазначені об'єднання у випадках, передбачених законодавством, здійснюються за умови одержання згоди на це Антимонопольного комітету України. У разі якщо суб'єкти господарювання зловживають монопольним становищем на ринку, Антимонопольний комітет України має право прийняти рішення про примусовий поділ монопольних утворень.

Відповідно до Господарського Кодексу не допускається дискримінація суб'єктів господарювання органами влади (заборона створення нових підприємств, примушування до пріоритетного укладання договорів, встановлення заборон чи обмежень стосовно окремих суб'єктів господарювання та ін.), а також недобросовісна конкуренція.

Недобросовісною конкуренцією є неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання, створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції, неправомірне збирання, розголошення та

використання комерційної таємниці, а також інші дії. Недобросовісна конкуренція тягне за собою юридичну відповідальність осіб.

Неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання визнаються: неправомірне використання чужих позначень (комерційного найменування, торговельної марки), рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника; порівняльна реклама.

Перешкодами у процесі конкуренції вважаються: дискредитація суб'єкта господарювання, нав'язування споживачам примусового асортименту товарів (робіт, послуг), схилення до бойкоту суб'єкта господарювання або дискримінації покупця (замовника), або до розірвання договору з конкурентом, підкуп працівника постачальника або покупця (замовника).

Дискредитацією суб'єкта господарювання є поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю суб'єкта господарювання, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації суб'єкта господарювання.



Рисунок 1.1 – Форми захисту прав підприємців

За неправомірне збирання, розголошення або використання відомостей, що є комерційною таємницею, винні особи несуть відповідальність, встановлену законом.

У разі здійснення окремими учасниками господарських відносин зовнішньоекономічної діяльності, пов'язаної з одержанням незаконної переваги на ринку України (здійснення демпінгового імпорту, субсидованого імпорту, а також інших дій, які визначаються законом як недобросовісна конкуренція), що завдало шкоди економіці України або спричинило загрозу виникнення такої шкоди, до цих учасників відносин можуть бути застосовані антидемпінгові, компенсаційні або спеціальні заходи.

Згідно із Законом України «Про захист прав споживачів», споживач – фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

Зниження купівельної спроможності штовхає переважну частину зuboжілого населення до придбання низькоякісних, а почасти підроблених товарів, які пропонуються за низькими цінами, тому держава повинна відігравати домінуючу роль у формуванні та проведенні ефективної політики захисту споживача.

Споживач, озброєний знанням своїх прав і обов'язків, умінням їх застосовувати, спроможеться відстояти свої інтереси і становитиме небезпеку для несумлінного продавця або виконавця. Він не тільки зможе відшкодувати заподіяний матеріальний збиток, а і за некоректної щодо нього поведінки ще й змусить компенсувати нанесену йому моральну шкоду.

Рух споживачів на захист своїх прав та інтересів (конс'юмеризм) народився в 30-х роках ХХ століття у США. Вперше у світі на урядовому рівні думку про захист прав споживачів висловив Президент США Дж.

Кеннеді в 1961 році. У США 15 березня 1962 року були проголошені права споживачів. Від того часу 15 березня щорічно відзначають як Всесвітній день прав споживачів. На міжнародному рівні захист прав споживачів призвів до створення в 1960 році Міжнародної організації споживчих спілок (Consumer International). Завданням цієї організації є формування споживацької свідомості. Сьогодні до неї входить понад 200 національних державних, громадських, регіональних та інших організацій країн світу. У 1973 XXV сесія Консультативної Асамблеї Ради Європи затвердила «Хартію захисту споживачів», а 1985 Генеральна Асамблея ООН затвердила "Керівні принципи захисту інтересів і прав споживачів", які повинні використовуватися урядами країн світу при реалізації політики захисту інтересів споживачів, та закріпила права споживачів:

- на безпеку товару - право бути захищеним від продуктів та послуг, небезпечних для здоров'я;

- на інформацію - право отримувати відомості, необхідні для того, щоб зробити обґрунтований вибір та прийняти потрібне рішення. Споживачі мають бути захищені від недобросовісної, недостовірної або неповної реклами;

- на вибір товару, тобто доступ до різноманітних товарів та послуг, що реалізуються за конкурентними цінами, а за монопольної торгівлі - справедливую ціну та гарантію задовільної якості;

- на висловлення своїх інтересів – означає право споживача відстоювати свої інтереси та спонукати державні органи брати до уваги інтереси споживачів. Це право передбачає представництво у державних органах, участь у розробці продукції та послуг;

- на задоволення основних потреб (харчування, одяг, житло, санітарні умови, охорону здоров'я, освіту);

- на відшкодування – це право отримувати компенсацію у випадку придбання неякісних товарів (послуг);

- на споживацьку просвіту – це право набувати знань та навичок для підвищення компетентності у захисті своїх прав;
- право на здорове навколишнє середовище.

Сьогодні в багатьох країнах світу інтереси споживачів представляють чимало державних і недержавних організацій.

Підписала затверджені ООН принципи й Україна. Процес становлення та формування системи захисту прав громадянина ґрунтується на статті 42 Конституції України, згідно з якою «держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та всіх видів послуг і робіт». Практичне втілення це знайшло в тому, що Україна прийняла Закон «Про захист прав споживачів» (1991).

На міжнародному рівні рух споживачів представлений двома незалежними некомерційними, неполітичними організаціями споживачів: Всесвітньою організацією споживачів (CI) і Європейським бюро союзів споживачів (ВЕиС). Україна вживає заходи щодо набуття в них членства.

Захист прав споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади – Управління у справах захисту прав споживачів у складі Державної служби технічного регулювання України, а також Антимонопольний комітет України, Державна архітектурно-будівельна інспекція України.

Представники Управління у справах захисту прав споживачів мають право:

- перевіряти якість товарів (робіт, послуг), проводити контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами (перевірка проводиться, як правило, шляхом негласної контрольної закупки товару); забороняти реалізацію товарів (виконання робіт, надання послуг), на які немає документів, що засвідчують їх відповідність до вимог нормативних документів, товарів, що не відповідають вимогам нормативних документів;
- приймати рішення: про припинення продажу та виробництва товарів, про тимчасове призупинення діяльності підприємств торгівлі,

громадського харчування, сфери послуг, складів підприємств оптової та роздрібною торгівлі, які систематично реалізують неякісні товари, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання і транспортування товарів, – до усунення виявлених недоліків;

- вилучати неякісні товари;

- подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів (виграють в судах понад 99 % позовів про захист прав споживачів);

- накладати стягнення (штрафи).

Номер телефону територіального управління у справах захисту прав споживачів вказують у «Куточку покупця», який має бути оформлено в кожному підприємстві торгівлі, громадського харчування і побутових послуг.

Світовий досвід показує, що у відносинах з економічно більш сильними виробниками товарів і послуг, а також торговельними підприємствами й організаціями недостатньо правових мір захисту лише окремого споживача, важливо охороняти їхні колективні інтереси. З метою захисту своїх прав та законних інтересів громадяни можуть об'єднуватися на добровільній основі у громадські організації споживачів (об'єднання споживачів). Ще до утворення державних структур у великих містах України почали створюватися недержавні громадські організації у галузі захисту споживачів. У 1989р. була зареєстрована громадська організація «Українська асоціація споживачів», у 2000 р. засновано «Союз споживачів України». У 2003 році зареєстрована громадська організація «Експерт», основною метою діяльності якої є виявлення на ринку неякісних, небезпечних для споживання продуктів харчування та інформування про це споживачів. Метою громадських організацій є реалізація положень та дотримання основних принципів, визначених у прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН у 1985 році «Керівних принципах для захисту інтересів споживачів», «Загальній Декларації прав людини», Конституції України та

інших правових документах, що визнають права та інтереси споживачів невід'ємною складовою загальноновизнаних прав людини.

Таким чином, захист прав споживачів можливий і шляхом звертання в громадські об'єднання по захисту прав споживачів. Об'єднання споживачів мають право:

- вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів та ціни на них;

- проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення експертизи та випробування продукції;

- сприяти відповідним державним органам у здійсненні контролю за якістю продукції та обслуговування. Самостійно проводити перевірки захисту прав споживачів громадські організації не можуть, але їх учасників може бути залучено до перевірок державних органів на громадських засадах;

- надавати юридичну і консультаційну допомогу споживачам;

- представляти і захищати інтереси споживачів в органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування;

- вносити органам виконавчої влади і суб'єктам господарювання пропозиції про тимчасове зупинення випуску та реалізації продукції, яка не відповідає встановленим вимогам щодо якості, про припинення виробництва, вилучення з реалізації продукції, що становлять небезпеку для життя, здоров'я та майна громадян або завдають шкоди навколишньому природному середовищу, фальсифіковану та дефектну продукцію, а також про коригування цін, встановлених з порушенням законодавства;

- звертатися з позовом до суду про визнання дій продавця, виробника протиправними, звертатися до правоохоронних органів;

- захищати у суді права споживачів;

- інформувати громадськість про права споживачів;
- сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав та інтересів споживачів.

Таким чином, в Україні, як і в будь-якій цивілізованій державі, сформована система захисту прав споживачів (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Структура системи захисту прав споживачів України

Права споживачів, механізм реалізації захисту цих прав та відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками (виконавцями, продавцями) регулюються Законом «Про захист прав споживачів» та іншими законодавчими актами.

Споживачі, які перебувають на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) з метою задоволення своїх потреб мають **право** на:

- державний захист своїх прав;
- гарантований рівень споживання;
- належну якість товарів (робіт, послуг);
- безпеку товарів (робіт, послуг);

- необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів (робіт, послуг);
- відшкодування збитків, завданих товарами (роботами, послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами (роботами, послугами), у випадках, передбачених законом;
- звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів.

Держава забезпечує громадянам захист їх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (робіт, послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (робіт, послуг) відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання іншими законними способами товарів (робіт, послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності.

Закон України «Про захист прав споживачів» чинний з 1991 року. Цей закон регулює відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками, виконавцями, продавцями; встановлює права споживачів і визначає механізм реалізації державного захисту їхніх прав. Згідно із законом споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативно-правових актів та нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. Продавець (виробник, виконавець) на вимогу споживача зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують належну якість продукції.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків придбаного товару споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- пропорційного зменшення ціни;

- безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Закон «Про захист прав споживачів» та Цивільний кодекс встановлюють право покупців протягом двох тижнів обміняти недовольний товар належної якості на аналогічний товар. Вимоги покупця про обмін або повернення товару підлягають задоволенню у разі, якщо товар не був у вживанні, збережено його товарний вигляд, споживчі якості і за наявності доказів придбання товару у цього продавця. Стосовно недовольних товарів, що перебували у використанні та були реалізовані через роздрібні комісійні торговельні підприємства, вимоги споживача задовольняються за згодою продавця. Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню), затверджується Кабінетом Міністрів України.

Вимоги пред'являються на вибір споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги за місцезнаходженням споживача.

Споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність або сертифіката відповідності.

Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про продукцію повинна містити:

1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

2) найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна; продукція;

3) дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування - про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

5) позначку про наявність або відсутність у складі продуктів харчування генетично модифікованих компонентів;

6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

7) дату виготовлення;

8) відомості про умови зберігання;

- 9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);
- 10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;
- 11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;
- 12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватись інформація про її сертифікацію. Стосовно продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, виробник зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання). Збитки, завдані споживачеві недобросовісною рекламою, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі.

Продавець не звільняється від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар.

Законом забороняється нечесна підприємницька практика, яка включає:

- вчинення дій, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції;
- будь-яку діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною. Агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції.

Захист прав споживачів, передбачених законодавством, здійснюється судом. При задоволенні вимог споживача суд вирішує питання щодо відшкодування матеріальної та моральної (немайнової) шкоди. Споживачі звільняються від сплати державного мита за позовами, що пов'язані з порушенням їх прав. Судові витрати покриваються за рахунок винної сторони. Суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування несуть відповідальність за відмову споживачу в реалізації його прав у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Спілки споживачів випускають спеціальні газети, журнали, публікують статті в інших засобах інформації. У Всесвітній день споживача проводяться акції захисту його прав, відкриваються виставки недоброякісних товарів з метою антиреклами.

Обмеження щодо здійснення підприємницької діяльності, а також перелік видів діяльності, в яких забороняється підприємництво, встановлюються законом.

Законодавчими актами передбачено два типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності:

- 1) деякі види діяльності можуть здійснювати тільки державні підприємства;
- 2) певні види діяльності потребують спеціального дозволу (ліцензії) або патентування.

Тільки державні підприємства й організації можуть здійснювати діяльність, пов'язану з виготовленням і реалізацією військової зброї та боєприпасів до неї, видобуванням бурштину, охороною окремих особливо важливих об'єктів державної власності, а також діяльність, пов'язану з проведенням криміналістичних, судово-медичних, судово-психіатричних експертиз та розробленням, випробуванням, виробництвом та експлуатацією ракет-носіїв, з технічним обслуговуванням та

експлуатацією первинних мереж (крім місцевих мереж) та супутникових систем телефонного зв'язку, виплатою та доставкою пенсій, грошової допомоги малозабезпеченим громадянам, а проведення ломбардних операцій - також і повні товариства.

В Україні склалися системи ліцензування, які можна класифікувати таким способом:

1) ліцензування **окремих видів господарської діяльності** відповідно до спеціальних законів, що регулюють відносини в цих сферах;

- банківська діяльність;
- професійна діяльність на ринку цінних паперів;
- із надання фінансових послуг;
- зовнішньоекономічна діяльність (Кабінет Міністрів затверджує перелік товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню);
- діяльність у галузі телебачення і радіомовлення;
- діяльність у сфері електроенергетики та використання ядерної енергії;
- діяльність у сфері освіти;
- виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами;
- діяльність у сфері телекомунікацій;
- будівельна діяльність;
- надання послуг з перевезення пасажирів, вантажу повітряним транспортом;
- діяльність з обігу наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- господарська діяльність з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами;

2) ліцензування **певних видів господарської діяльності** відповідно до Закону «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» :

– виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боєприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 мм. і швидкістю польоту кулі понад 100 м. на секунду, торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 мм. і швидкістю польоту кулі понад 100 м. на секунду;

– виробництво вибухових матеріалів промислового призначення (згідно з переліком, що затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці та державного гірничого нагляду);

– виробництво особливо небезпечних хімічних речовин; операції у сфері поводження з небезпечними відходами, збирання і заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (згідно з переліками, що визначаються Кабінетом Міністрів України);

– видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;

– виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами і препаратами;

– торгівля пестицидами та агрохімікатами (тільки регуляторами росту рослин);

– виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами слезоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж;

– розроблення, виготовлення спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації, торгівля спеціальними технічними засобами для зняття інформації з каналів зв'язку, іншими засобами негласного отримання інформації;

- надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації (крім послуг електронного цифрового підпису), торгівля криптосистемами і засобами криптографічного захисту інформації (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);
- впровадження, ввезення, вивезення голографічних захисних елементів;
- надання послуг у галузі технічного захисту інформації (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);
- виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);
- транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом, транспортування природного, нафтового газу і газу (метану) вугільних родовищ трубопроводами та їх розподіл;
- постачання природного газу, газу (метану) вугільних родовищ за регульованим та нерегульованим тарифом;
- зберігання природного газу, газу (метану) вугільних родовищ в обсягах, що перевищують рівень, встановлений ліцензійними умовами;
- централізоване водопостачання та водовідведення;
- розроблення, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їх складових частин, наземного комплексу управління космічними апаратами та його складових частин;
- культивування рослин, включених до таблиці І Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, затвердженого Кабінетом Міністрів України, розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, реалізація (відпуск), ввезення на територію України, вивезення з території України, використання, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, включених до зазначеного Переліку;
- медична практика;

– переробка донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів, крім діяльності банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини;

– діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини згідно з переліком, затвердженим Міністерством охорони здоров'я України (діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини);

– ветеринарна практика;

– випуск та проведення лотерей;

– надання послуг з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів, багажу річковим, морським, автомобільним, залізничним транспортом;

– заготівля, переробка, металургійна переробка металобрухту кольорових і чорних металів;

– збирання, первинна обробка відходів і брухту дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння;

– надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення;

– надання послуг з охорони власності та громадян;

– туropераторська діяльність;

– діяльність арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів);

– посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;

– проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів;

– діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств;

– діяльність митного брокера;

– виробництво, експорт та імпорт дисків для лазерних систем зчитування, матриць;

– торгівля племінними (генетичними) ресурсами, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин;

- проведення фумігації (знезараження) об'єктів регулювання, визначених Законом України "Про карантин рослин", які перемішуються через державний кордон України та карантинні зони;
- діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами;
- діяльність, пов'язана з наданням послуг стрільбищами невійськового призначення та функціонуванням мисливських стендів;
- розроблення, виготовлення, реалізація, ремонт, модернізація та утилізація озброєння, військової техніки, військової зброї і боєприпасів до неї;
- виробництво теплової енергії, транспортування її магістральними і місцевими (розподільчими) тепловими мережами та постачання теплової енергії;
- збирання та використання інформації, яка складає кредитну історію;
- генетично-інженерна діяльність у замкненій системі;
- торгівля рідким паливом з біомаси та біогазом.

У 2010 році Законом «Про внесення змін до Закону України про ліцензування певних видів господарської діяльності» було скорочено майже 30% видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню. Змінами до ліцензійних умов виведено за межі державного регулювання 90 % видів робіт – тобто, з 2268 видів робіт під регулюванням залишилось 222.

Ліцензування видів господарської діяльності включає такі дії: видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

Ліцензія – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку (у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України) за умови виконання ліцензійних умов. Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на зайняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає обмеженню.

Ліцензіат – суб'єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Ліцензійні умови – установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню. У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для провадження яких необхідні спеціальні знання, включаються кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання - юридичних осіб та (або) до фізичних осіб -підприємців. У разі якщо для провадження певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, необхідні особливі вимоги щодо будівель, приміщень, обладнання, інших технічних засобів, такі вимоги також включаються до ліцензійних умов. У ліцензійних умовах встановлюється вимога до суб'єкта господарювання щодо необхідності подання повідомлення органу ліцензування про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії. У разі якщо суб'єкт господарювання провадить вид господарської діяльності не в повному обсязі, а частково, ліцензійні умови поширюються на суб'єкта господарювання виключно в частині, що встановлює вимоги до провадження господарської діяльності, зазначеної в ліцензії.

Ліцензування здійснюють органи ліцензування. Орган ліцензування - орган виконавчої влади, визначений Кабінетом Міністрів України,

уповноважений законом державний колегіальний орган, спеціально уповноважений виконавчий орган рад для ліцензування певних видів господарської діяльності. Наприклад, ліцензію на медичну практику видає Міністерство охорони здоров'я, на надання послуг з перевезення Міністерство інфраструктури, надання послуг з охорони, діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами МВС, випуск та проведення лотерей Міністерство фінансів.

Орган ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади чи державний колегіальний орган, може делегувати їх своїм структурним територіальним підрозділам.

Суб'єкт господарювання, який має намір провадити певний вид господарської діяльності, що ліцензується, особисто або через уповноважений ним орган чи особу звертається до відповідного органу ліцензування із заявою встановленого зразка про видачу ліцензії.

У заяві про видачу ліцензії повинні міститися такі дані:

1) відомості про суб'єкта господарювання – заявника:

– найменування, місцезнаходження, банківські реквізити, ідентифікаційний код - для юридичної особи;

– прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані (серія, номер паспорта, ким і коли виданий, місце проживання), ідентифікаційний номер фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів – для фізичної особи;

2) вид господарської діяльності, на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію.

У разі наявності у заявника філій та інших відокремлених підрозділів, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої ліцензії, у заяві зазначається їх місцезнаходження.

До заяви про видачу ліцензії додається виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Верховна Рада розглядає проект Закону України «Про внесення змін до

деяких законодавчих актів (щодо скасування надання паперових витягів (довідок) з державних реєстрів для отримання дозволів та ліцензій)». Згідно положень законопроекту при поданні документів ліцензійному органу на отримання ліцензії, не потрібно буде надавати виписки – орган ліцензування сам перевірятиме дані у реєстрі.

Для окремих видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, до заяви про видачу ліцензії також додаються документи, вичерпний перелік яких встановлений Кабінетом Міністрів України.

Наприклад, для отримання ліцензії на провадження медичної практики до заяви додаються такі документи:

1) засвідчена в установленому порядку копія висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи, видана за місцем провадження діяльності, про відповідність наявних приміщень вимогам санітарних норм і правил щодо здійснення медичної практики;

2) відомості за підписом заявника – суб'єкта господарювання (за формою, встановленою ліцензійними умовами) про:

– про стан матеріально-технічної бази, необхідної для провадження відповідного виду господарської діяльності;

– про наявність нормативно-правових документів, у тому числі нормативних документів з питань стандартизації, необхідних для провадження відповідного виду господарської діяльності;

– про наявність персоналу із зазначенням його освітнього і кваліфікаційного рівня та стажу роботи за спеціальністю, необхідного для провадження відповідного виду діяльності.

Заява про видачу ліцензії залишається без розгляду, якщо:

– заява подана (підписана) особою, яка не має на це повноважень;

– документи оформлені з порушенням вимог.

Після усунення причин, що були підставою для винесення рішення про залишення заяви про видачу ліцензії без розгляду, заявник може повторно подати заяву про видачу ліцензії.

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову у її видачі у строк не пізніше ніж **десять робочих днів** з дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, що додаються до заяви.

Повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії або про відмову у видачі ліцензії надсилається (видається) заявникові в письмовій формі протягом трьох робочих днів з дати прийняття відповідного рішення. У рішенні про відмову у видачі ліцензії зазначаються підстави такої відмови.

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

- недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії;
- невідповідність заявника згідно з поданими документами ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про видачу ліцензії.

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі виявлення недостовірних даних у документах, поданих заявником про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії не раніше ніж через три місяці з дати прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії.

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі невідповідності заявника ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, вказаного в заяві про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії після усунення причин, що стали підставою для відмови у видачі ліцензії. Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

З метою забезпечення ефективного та раціонального використання обмежених ресурсів, застосування новітніх технологій і обладнання, створення вигідних для держави умов експлуатації таких ресурсів, ліцензування видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з

використанням обмежених ресурсів, у разі надходження кількох заяв про видачу ліцензій, здійснюється тільки за результатами відкритих конкурсів. До видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, відносяться:

- видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння;
- постачання природного газу за регульованим, за нерегульованим тарифом;
- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, встановлюваний ліцензійними умовами.

У разі, коли ліцензіат протягом шести місяців не провадить господарську діяльність згідно з отриманою за результатами конкурсу ліцензією, орган ліцензування має право анулювати таку ліцензію.

У ліцензії зазначаються:

- найменування органу ліцензування, що видав ліцензію;
- вид господарської діяльності, вказаний згідно з частиною третьою статті 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (у повному обсязі або частково), на право провадження якого видається ліцензія;
- найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи - підприємця;
- ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів;
- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи - підприємця;
- дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії;
- строк дії ліцензії у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України;
- посада, прізвище та ініціали особи, яка підписала ліцензію;
- дата видачі ліцензії;

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за три робочі дні з дня надходження документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії.

Якщо заявник протягом тридцяти календарних днів з дня направлення йому повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії не подав документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії, або не звернувся до органу ліцензування для отримання оформленої ліцензії, орган ліцензування, який оформив ліцензію, має право скасувати рішення про видачу ліцензії.

Ліцензія на провадження певного виду господарської діяльності видається на **необмежений строк**. Кабінет Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування може обмежити строк дії ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, але цей строк не може бути меншим, ніж **п'ять років**.

Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади чи державний колегіальний орган, здійснюється на всій території України. Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є місцевий орган виконавчої влади, здійснюється на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Для кожної філії, кожного відокремленого підрозділу ліцензіата, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої ним ліцензії, орган ліцензування видає ліцензіату засвідчені ним копії ліцензії, які реєструються в журналі обліку заяв та виданих ліцензій.

У разі, коли ліцензіат має намір провадити зазначений в ліцензії вид господарської діяльності після закінчення строку її дії, якщо такий строк встановлено Кабінетом Міністрів України, він повинен отримати нову ліцензію. Нова ліцензія видається органом ліцензування не раніше ніж в останній робочий день дії попередньо виданої ліцензії.

Ліцензіат не може передавати ліцензію або її копію іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності.

До ліцензій на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом додаються ліцензійні картки на кожен автомобільний транспортний засіб.

Підставами для **переоформлення** ліцензії є:

- зміна найменування юридичної особи (якщо зміна найменування не пов'язана з реорганізацією юридичної особи) або прізвища, ім'я, по батькові фізичної особи - підприємця;

- зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи - підприємця;

- зміни, пов'язані з провадженням ліцензіатом певного виду господарської діяльності.

Ліцензіат, який подав заяву та відповідні документи про переоформлення ліцензії, може провадити свою діяльність на підставі довідки про прийняття заяви про переоформлення ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, яка видається органом ліцензування.

Ліцензіат зобов'язаний повідомляти орган ліцензування про всі зміни даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії.

У разі припинення провадження зазначеного у ліцензії виду господарської діяльності за місцем провадження такої діяльності, на яке була видана копія ліцензії, ліцензіат зобов'язаний протягом десяти робочих днів з дати припинення повідомити про це орган ліцензування у письмовій формі. Орган ліцензування повинен внести відповідні зміни до ліцензійного реєстру не пізніше наступного робочого дня з дати надходження такого повідомлення.

Спеціально уповноважений орган з питань ліцензування веде Єдиний ліцензійний реєстр, який містить відомості:

1) про орган ліцензування, який видав нову (переоформлену) ліцензію або дублікат ліцензії;

2) про суб'єкт господарської діяльності, який отримав ліцензію;

3) про вид господарської діяльності, на провадження якого видана ліцензія;

4) про перелік робіт, операцій, послуг, які суб'єкт господарської діяльності має право провадити в рамках виду діяльності згідно з виданою ліцензією;

5) про термін дії ліцензії;

6) про філії, інші відокремлені підрозділи, які провадять господарську діяльність згідно з виданою копією ліцензії;

7) про стан ліцензії (діюча, анульована, визнана недійсною). Щомісяця до Єдиного ліцензійного реєстру надходять відомості про

понад 20 тисяч суб'єктів господарської діяльності, які отримали ліцензії, а також відомості про анульовані або визнані недійсними ліцензії.

Підставами для **анулювання** ліцензії є:

- заява ліцензіата про анулювання ліцензії;
- акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання;

- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи – підприємця;

- акт про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;

- акт про встановлення факту передачі ліцензії або її копії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності;

- акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов;

- акт про неможливість ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов, встановлених для певного виду господарської діяльності;

- акт про відмову ліцензіата в проведенні перевірки органом ліцензування або спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

Орган ліцензування приймає рішення про анулювання ліцензії протягом десяти робочих днів з дати встановлення підстав для анулювання ліцензії. Рішення про анулювання ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

У сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а рівно з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), обміном готівкових валютних цінностей (у тому числі операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг, інших сферах, визначених законом, може здійснюватися патентування підприємницької діяльності суб'єктів господарювання.

Торговий патент - це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку. Спеціальний торговий патент - це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання на особливий порядок оподаткування відповідно до закону. Порядок патентування певних видів підприємницької діяльності встановлюється законом.

Для одержання торговельного патенту необхідно представити в податкові органи по місцю проведення підприємницької діяльності відповідну заявку. Заявка на придбання торговельного патенту повинна містити наступні реквізити:

- найменування суб'єкта підприємницької діяльності;

- витяг з установчих документів про юридичну адресу суб'єкта підприємницької діяльності, а у випадку, якщо патент здобувається для структурного (окремого) підрозділу, із вказівкою цього місця;

- вид підприємницької діяльності, здійснення якого вимагає придбання торговельного патенту;

- найменування документа про повну або часткову оплату вартості торговельного патенту.

Установлення будь-яких додаткових умов для придбання торговельного патенту не дозволяється.

Торговельний патент видається за плату суб'єктам підприємницької діяльності державними податковими органами по місцю розташування цих суб'єктів або місцю розташування їх структурних (окремих) підрозділів, суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), за місцем розташування пункту продажу товарів або пункту по наданню побутових послуг, а суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснює торгівлю через пересувну торговельну мережу, по місцю реєстрації цих суб'єктів. Термін дії торговельного патенту на здійснення торговельної діяльності становить 12 календарних місяців. Термін дії короткострокового торговельного патенту на здійснення торговельної діяльності становить від 1 до 15 днів.

У необхідних випадках держава застосовує квотування, встановлюючи граничний обсяг (квоти) виробництва чи обігу певних товарів і послуг. Порядок квотування виробництва та/або обігу (включаючи експорт та імпорт), а також розподілу квот встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Ліцензування, патентування певних видів господарської діяльності та квотування є засобами державного регулювання у складі дозвільної системи у сфері господарської діяльності.

Дозвільна система – сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру. Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання отримання документів дозвільного характеру.

Документ дозвільного характеру – дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво, інший документ, який дозвільний орган зобов'язаний видати суб'єкту господарювання у разі надання йому права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності. Строк видачі документів дозвільного характеру становить десять робочих днів, якщо інше не встановлено законом (Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»). У разі, якщо суб'єкт господарювання подав заяву та необхідні документи для отримання того чи іншого дозволу, а протягом десяти днів не отримав ні дозволу, ні відмови про надання дозволу, застосовується принцип мовчазної згоди.

Принцип мовчазної згоди означає право суб'єкта господарювання провадити господарську діяльність певного виду (видів) без отримання документу дозвільного характеру (якщо документ дозвільного характеру або рішення про відмову у його видачі не видано) у термін встановлений законом, у разі подання ним всіх необхідних документів до уповноваженого органу. Копія опису прийнятих документів з відміткою про дату їх прийняття є підтвердженням подання заяви та документів адміністратору або дозвільному органу.

Декларативний принцип - це принцип, за яким підприємець отримує право на здійснення певної діяльності без отримання дозволу, шляхом повідомлення (самостійно або через адміністратора) дозвільного органу про відповідність своєї матеріально-технічної бази вимогам чинного законодавства. Перелік певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів діяльності, які не можуть провадитися на підставі

декларації, затверджений постановою Кабінету Міністрів України № 725 від 25.08.2010. Він включає 91 вид дозвільних документів, які регламентують 144 дії та види діяльності. Будь-який інший вид діяльності, не вказаний в урядовій постанові, відповідно до закону, суб'єкт господарювання має право започатковувати після декларування відповідності матеріально-технічного стану вимогам законодавства.

З метою забезпечення прозорості видачі документів дозвільного характеру місцеві дозвільні органи розробляють регламенти (інформаційні картки), які містять послідовність дій стосовно отримання кожного виду документа дозвільного характеру.

Тема 1.3 Організаційно-правові форми суб'єктів бізнесу

Підприємництво – це господарська діяльність на власний ризик. Для її здійснення створюються відповідні форми організації: власна справа, товариство, корпорація.

Власна справа – це найдавніша форма організації підприємництва. Вона повністю належить одній особі. Кожен, хто володіє грошми може придбати обладнання й розпочати власну справу: виготовляти продукцію і пропонувати на продаж товари та послуги, які користуються попитом.

Головна перевага власної справи – простота створення та реєстрації. Його заснування не потребує дозволу жодної державної установи. Як тільки є умови - справа вже існує (за винятком, коли є обмеження для деяких професій, де слід подавати ліцензію на право практикування). Інша перевага власної справи - пряме оподаткування. Власник справи просто декларує свій щорічний дохід і від цієї суми сплачує належну суму податку.

Головна перевага такої форми організації підприємництва в тому, що власник справи повністю відповідає за свої борги, причому навіть майно, яке не використовується у справі, може перейти до кредиторів. Суттєвим недоліком є також те, що власник не може користуватися послугами організованого фінансового ринку: випускати акції для забезпечення необхідного капіталу.

Власна справа здебільшого має родові ознаки підприємництва шляхом переходу в спадщину тощо.

Товариство – форма організації підприємництва, в якій дві або більше осіб є власниками-партнерами. Є два види товариств: товариство з обмеженою відповідальністю і товариство з необмеженою відповідальністю.

Корпорації – це тип організації підприємництва, який за обсягом продажів товарів, надання послуг займає домінуюче становище в діловому світі.

Корпорація може організовуватися однією або групою осіб. Основні завдання корпорації полягають у примноженні добробуту своїх акціонерів, які обирають раду директорів для проведення загальної політики корпорації.

При всіх формах організації підприємництва для забезпечення його сталого функціонування необхідно розробляти стратегію й тактику, зміст яких полягає в такому.

Стратегія підприємництва передбачає розвиток підприємницької діяльності фірми на перспективу, тактика – на певний період.

Стратегія підприємництва включає стратегію всієї діяльності фірми, у тому числі рекламування, менеджменту, маркетинг та ін.

У ст. 45 Господарського кодексу України вказується, що підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах на вибір підприємця.

Порядок створення, діяльності, реалізації та ліквідації окремих організаційних форм підприємництва визначається Господарським кодексом України та іншими законами.

У світовій господарській практиці розрізняють такі організаційні форми підприємництва.

Під індивідуальним володінням (власна справа) розуміють підприємництво, яким володіє, а часто і займається одна особа, яка отримує всі прибутки й бере на себе всю відповідальність.

Партнерство (товариство) - це добровільна юридична асоціація двох чи більше осіб, метою якої є заняття підприємництвом. Партнери, по суті, стають співвласниками об'єднаної власності. Партнерські форми складають лише 8 % від усієї кількості фірм і забезпечують лише 4 % усіх

підприємницьких надходжень у США. Такі фірми створюють здебільшого лікарі, адвокати, бухгалтери, архітектори.

Корпорація – це фірма, що існує як незалежна юридична одиниця, власність якої поділена на паї (акції). Власників таких фірм називають паєвласниками, або власниками акцій. Головною ознакою корпорації є те, що відповідальність за борги, судові позови проти фірми обмежуються сумою пайових внесків. У США такі корпоративні фірми складають 16 % від усіх підприємницьких організацій. Проте майже всі великі фірми є корпораціями. Надходження від фірм цієї організаційної форми становлять близько 87 % доходів від підприємницької діяльності.

З усіх форм індивідуальне володіння є найпростішою і найпоширенішою формою підприємництва в багатьох країнах світу.

Форми організації підприємництва в Україні мають деякі відмінності від аналогічних форм в США, але й багато спільних рис.

У Господарському кодексі (ст. 63) зазначено, що в Україні *залежно від форм власності* можуть діяти підприємства таких видів:

- *приватне підприємство*, засноване на власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- *підприємство колективної власності*, засноване на основі колективної власності;
- *підприємство, засноване на змішаній формі власності* (на базі об'єднання майна різних форм власності);
- *комунальне підприємство*, засноване на основі комунальної власності територіальної громади;
- *державне підприємство*, що діє на основі державної власності.

Серед державних підприємств виділяють казенне підприємство, яке, відповідно до законодавства України, не підлягає приватизації, проводить виробничу або іншу діяльність, яка може виконуватися тільки державними підприємствами. Головним споживачем продукції цього підприємства є держава. Воно є суб'єктом природних монополій. Ліквідація і реорганізація

казенного підприємства здійснюється за рішенням Кабінету Міністрів України відповідно до чинного законодавства.

Залежно від способу утворення та формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який відокремлює необхідне для цього майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, управляє підприємством і формує трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання його реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором).

Воно діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

Підприємства залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік можуть бути віднесені до малих, середніх або великих підприємств.

Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції

(робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500 тис. євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Великими визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік перевищує тисячу осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) перевищує суму, еквівалентну 5 млн євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Усі інші підприємства визнаються *середніми*.

У разі існування залежності від іншого підприємства підприємство визнається *дочірнім*.

Для підприємств певного виду та організаційних форм законами можуть встановлюватися певні особливості господарювання.

Особливості створення й діяльності малих підприємств встановлюються законодавством України.

В Україні можуть діяти й інші види та категорії підприємств, у тому числі орендні, створення яких не суперечить законодавчим актам України.

Підприємства для забезпечення підвищення результатів своєї діяльності можуть на добровільних засадах об'єднувати свою виробничу, наукову, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України.

Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватися як господарські об'єднання або як державні чи комунальні господарські об'єднання.

Господарське об'єднання – об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність.

Державне (комунальне) господарське об'єднання – об'єднання підприємств, утворене державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або, у визначених законом випадках, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять

підприємства, що утворюють об'єднання), або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування.

Господарські об'єднання утворюються як асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законом.

Асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно їх господарських потреб.

Корпорацією визнається договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

Консорціум - тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо).

Концерном визнається статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності.

Об'єднання діють на основі договору або статуту, який затверджується їх власниками або засновниками. Реєстрація об'єднань проводиться як і реєстрація підприємств. Об'єднання не відповідає за зобов'язання підприємств, які входять до його складу, а підприємства за

зобов'язання об'єднання, якщо інше не передбачено установчим договором (статутом).

Отже, на першому етапі створення малого чи середнього підприємства одним із основних є питання про форму його організації. Тому при виборі організаційної форми функціонування підприємства необхідно звернути увагу на такі питання:

- які умови при створенні підприємств найбільше влаштовують підприємця;
- які організаційні, юридичні й інші витрати доведеться понести на початковому етапі;
- чи буде притягуватися особисте майно власників підприємництва у разі розрахунків з кредиторами внаслідок банкрутства чи ліквідації підприємства або з інших причин;
- як можна буде передати право власності всього чи частини підприємства іншим фірмам чи особам;
- яким чином можна залучити додатковий капітал;
- як може вплинути на справи фірми смерть або важке захворювання власника;
- наскільки активно власник підприємництва (фірми) може брати участь в управлінні підприємством;
- яким чином вибрана організаційна форма впливатиме на перспективи розвитку підприємства.

Це дуже важливі практичні питання, над якими необхідно задуматися підприємцям, оскільки кожному з них доведеться тією чи іншою мірою вирішувати їх.

Кожна з форм підприємництва має як позитивні сторони, так і недоліки. Але, крім того перебуває у великій залежності від мотивів самого підприємця: його можливостей і здібностей.

Тема 1.4 Установчі документи та порядок реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності

Формування та розвиток національного підприємництва значною мірою залежить від створення відповідної правової бази, яка стимулює підприємницьку активність та добросовісну конкуренцію.

Зміст правового забезпечення підприємницької діяльності виявляється в чіткому, послідовному й однозначному здійсненні органами державної влади і місцевого самоврядування повноважень щодо упорядкування правовідносин, які виникають у сфері реалізації конституційного права на підприємництво та утворення дійової системи державних гарантій щодо підтримки і сприяння підприємницької діяльності. Правове забезпечення створює те середовище, в якому діє підприємець, гарантуючи йому державний захист прав власності, рівність прав і свободу підприємницької діяльності, вільну і законну конкуренцію, державну підтримку.

На сьогодні правове регулювання підприємництва здійснюється численними нормативно-правовими актами як загального, так і спеціального характеру.

Під *правовим забезпеченням підприємницької діяльності* (правовою базою) розуміється комплекс юридичних норм, закріплених у Конституції України, законодавчих, нормативно-правових актах і актах індивідуального характеру, які встановлюють правила поведінки суб'єктів підприємництва при здійсненні ними господарської діяльності, а також визначають міру відповідальності за порушення цих правил.

В Україні необхідність прийняття спеціального закону з питань розвитку підприємництва була зумовлена двома причинами: по-перше, необхідністю відмінити існуюче в законодавстві обмеження (до 1991 р. приватна підприємницька діяльність була заборонена, вона вважалася кримінальним злочином); по-друге, необхідністю сформування правового поля, яке стимулювало б розвиток підприємництва та його підтримку.

Тому 1991 р. Верховною Радою України було ухвалено Закон України «Про підприємництво». Цей Закон визначає основні правові, економічні та соціальні засади заняття підприємницькою діяльністю (підприємництва) громадянами та юридичними особами на території України, встановлює гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки.

Підприємницьку діяльність регламентують також Закони України «Про господарські товариства», «Про фермерське господарство», «Про захист економічної конкуренції», «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо використання печаток юридичними особами та фізичними особами–підприємцями», «Про ціни і ціноутворення», «Про акціонерні товариства», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» та ін., Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України.

Головним нормативним актом, який закріплює основні засади державного регулювання підприємницької діяльності є Господарський кодекс України, який набув чинності з 1 січня 2004 року, зокрема це: конституційні основи правопорядку у сфері господарювання, загальні принципи господарювання, основні напрями та форми участі держави і місцевого самоврядування у сфері господарювання тощо.

Господарський кодекс України є нормативною базою для здійснення підприємницької діяльності. Саме він регламентує ступінь свободи підприємницької діяльності, її основні принципи, організаційні форми підприємництва, права найму працівників і соціальні гарантії щодо використання їх праці, загальні гарантії для підприємців, державну підтримку підприємства, відповідальність суб'єктів підприємництва, діяльність іноземних підприємців в Україні, припинення підприємницької діяльності.

Згідно з Господарським кодексом України «підприємництво» розглядається як комерційна господарська діяльність. У Законі зазначено, що підприємництвом є така господарська діяльність, яка здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів з метою одержання прибутку.

У ст.42 Господарського кодексу підприємництво визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

На відміну від визначення підприємницької діяльності, у Законі України «Про підприємництво», де вказана спрямованість такої діяльності на виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та здійснення торгівлі з метою одержання прибутку, в Господарському кодексі України ця спрямованість більш узагальнена і позначена як діяльність, яка здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів з метою одержання прибутку.

Якщо порівняти визначення підприємницької діяльності, яке подано у Господарському кодексі України, з визначенням, у Законі України «Про підприємництво», то незмінним залишилось виділення ознак підприємницької діяльності (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Ознаки підприємницької діяльності

По-перше, підприємницька діяльність характеризується самостійністю. Самостійність означає, що фізична особа самостійно здійснює керівництво цією діяльністю. При цьому самостійність не означає, що фізична особа - підприємець повинна здійснювати вказану діяльність тільки своїми власними силами.

Другою ознакою підприємницької діяльності є ініціативність. Ця ознака тісно пов'язана з самостійністю. Враховуючи, що підприємець самостійно здійснює підприємницьку діяльність, від нього і виходить ініціатива на заснування власної справи, вчинення тих чи інших операцій та укладання договорів.

Третьою ознакою підприємницької діяльності є систематичність, тобто здійснення постійно протягом тривалого строку. Одноразова дія по виготовленню і продажу певного товару не є підприємництвом. На рівні законів або підзаконних актів не визначено, що вважається саме систематичною діяльністю, і скільки операцій на рік повинна здійснити особа, щоб її діяльність була визначена як підприємницька (наприклад, операцій купівлі-продажу). Тобто, особа сама вирішує чи є її діяльність підприємницькою, і здійснює державну реєстрацію. Метод правового впливу такий: підприємець має більш вигідний режим оподаткування, ніж звичайна фізична особа. Фізична особа - підприємець, хоча і подає більше звітності, але може платити менше податків від своєї діяльності, ніж не підприємець.

Наступною ознакою підприємницької діяльності є здійснення такої діяльності на власний ризик. Будь-яка операція чи договір можуть закінчитися прибутками або збитками. Підприємець відповідає по всіх зобов'язаннях власного підприємства (справи).

Мета підприємницької діяльності визначена як досягнення економічного і соціального результату та отримання прибутку. Підприємець починає свою діяльність з метою одержання прибутку – це

визначальна ознака підприємницької діяльності. Саме цим остання відрізняється від господарської діяльності некомерційного характеру.

Відповідно до законодавства, підприємництво здійснюється на основі ряду принципів (рис. 1.4).

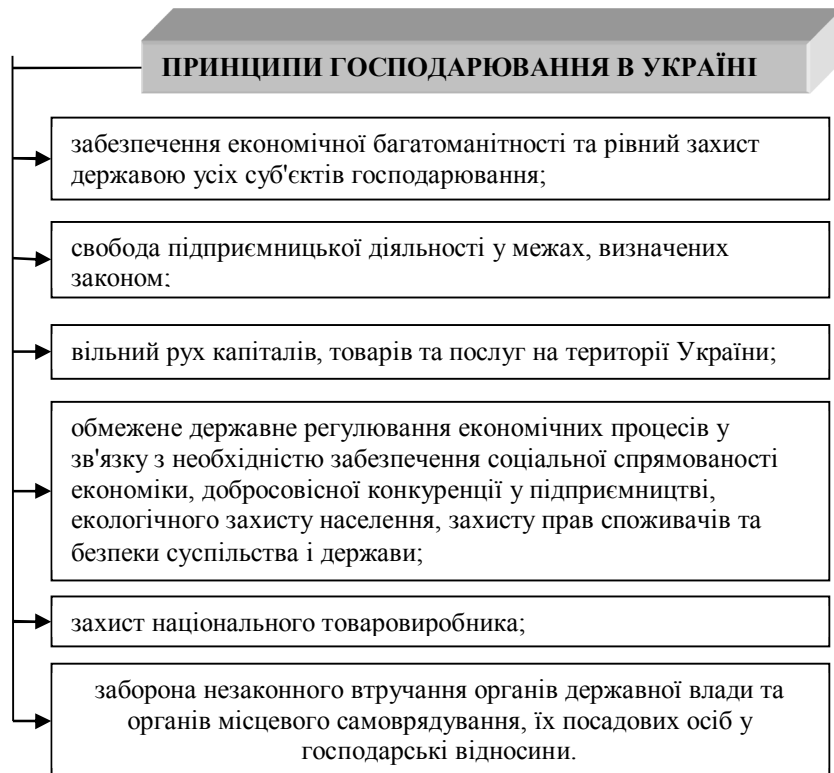


Рисунок 1.4 – Принципи підприємницької діяльності в Україні

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця. Разом з тим, в окремих випадках, що прямо передбачені законом, особа може бути обмежена у свободі підприємницької діяльності, наприклад, за суб'єктним складом (для посадових осіб органів державної влади), або ж характером підприємницької діяльності (встановлення монополії).

Зокрема, встановлено законом перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, а також перелік видів діяльності, недержавне підприємництво в яких забороняється.

Законодавство визначає порядок створення, державної реєстрації, діяльності, реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємництва окремих організаційних форм.

Необхідною умовою для офіційного, легітимного здійснення підприємницької діяльності є державна реєстрація. Особа, яка займається підприємницькою діяльністю, втрачає це право з моменту припинення дії державної реєстрації, її анулювання тощо.

Державна реєстрація підприємницької діяльності – офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, засвідчення факту наявності відповідного статусу громадського об'єднання, професійної спілки, її організації або об'єднання, політичної партії, організації роботодавців, об'єднань організацій роботодавців та їхньої символіки, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу – підприємця.

Відносини, що виникають у сфері державної реєстрації, регулюються Конституцією України, Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» та іншими нормативно-правовими актами (Указами, положеннями, прийнятими відповідно до цього Закону). З початку 2017 року ввійшла в дію нова редакція Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» (надалі - Закон про реєстрацію). Внесені зміни до Закону передбачають спрощення реєстрації, як юридичних осіб так і фізичних осіб підприємців.

Державна реєстрація базується на ряді основних принципів (рис. 1.6).

Згідно нововведень у сфері державної реєстрації підприємницької діяльності, реєстрацію мають право проводити державні реєстратори:

- виконавчі органи сільських, селищних та міських рад;
- нотаріуси;
- або акредитовані суб'єкти.

Тобто, **державний реєстратор** - особа, яка перебуває у трудових відносинах з суб'єктом державної реєстрації, нотаріус.



Рисунок 1.6 – Основні принципи державної реєстрації

Державна реєстрація проводиться незалежно від місця знаходження юридичної чи фізичної особи, яка подає всі необхідні документи на реєстрацію підприємницької діяльності у паперовій або електронній формі.

У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. Якщо документи подаються особисто, заявник пред'являє свій паспорт громадянина України або тимчасове посвідчення громадянина України. Документи в електронній формі подаються заявником через портал електронних сервісів.

Відомості про юридичну особу, громадське формування, що не має статусу юридичної особи, та фізичну особу – підприємця вносяться до Єдиного державного реєстру.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань – єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Таблиця 1.1 – Обов’язкові документи для реєстрації підприємницької діяльності

Юридичної особи	ДОКУМЕНТИ	Фізичної особи (фізичної особи-підприємця)
заява про державну реєстрацію створення юридичної особи		заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем
заява про обрання юридичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість		заява про обрання фізичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість
примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) передавального акту або розподільчого балансу		копія картки платника податків, засвідчена підписом власника.
установчий документ юридичної особи - у разі створення юридичної особи на підставі власного установчого документа;		копія паспорта підписувача (копії 1-2 сторінок (3-6 за наявності відміток) або копія паспорта підписувача виготовленого у формі картки, що містить безконтактний електронний носій (копії лицьової та зворотної сторін) та реєстраційного номера облікової картки платника податків

Єдиний державний реєстр створюється з метою забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників

цивільного обороту достовірною інформацією про юридичних осіб, громадські формування, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців з Єдиного державного реєстру.

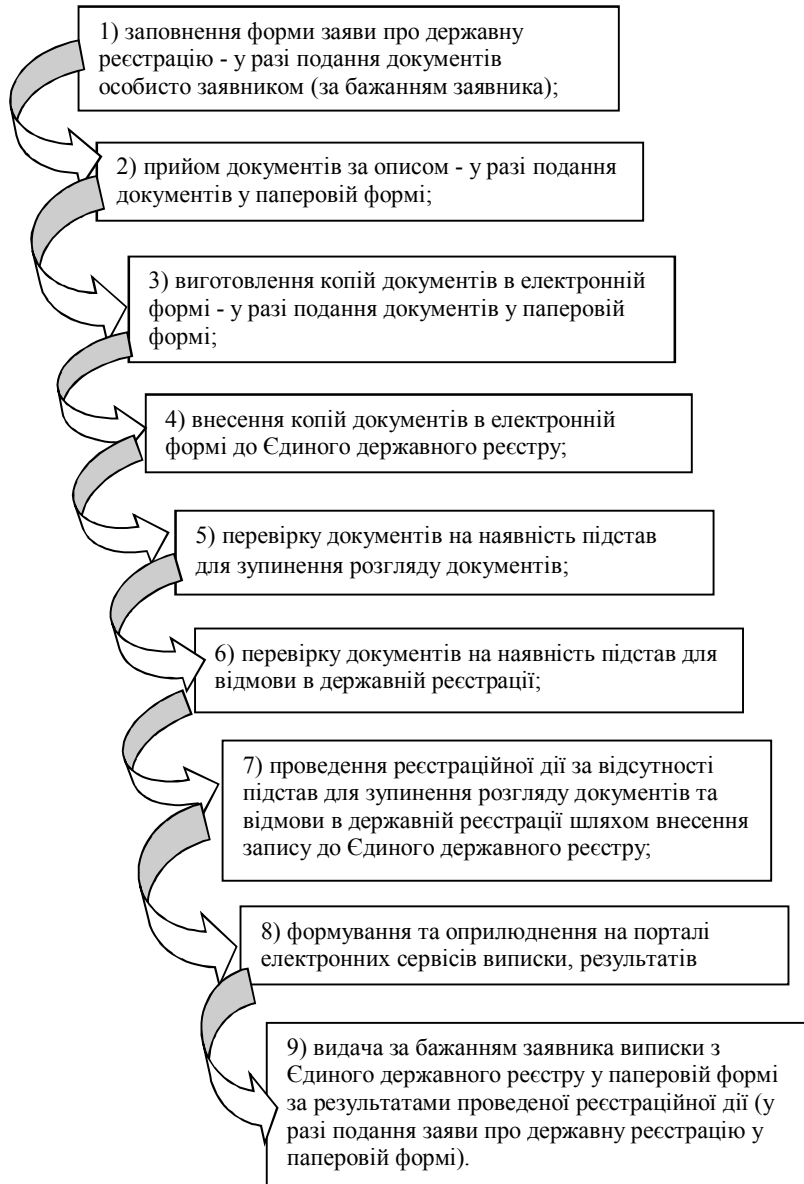


Рисунок 1.7 – Порядок проведення державної реєстрації

Порядок проведення державної реєстрації та інших реєстраційних дій на підставі документів, що подаються заявником для державної реєстрації, має низку етапів (поданий вище на рис.1.7) :

1. Виписка з Єдиного державного реєстру у паперовій формі надається з проставлянням підпису та печатки державного реєстратора.

2. Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, щодо юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів.

3. Держреєстратору подається досить невеликий пакет документів. При цьому власне реєстрація з січня 2017 року безкоштовна. Проте будь-які зміни, що вносяться до Єдиного державного реєстру відбуваються після подання необхідних документів та сплати адміністративного збору, що обчислюється від величини прожиткового мінімуму працездатної особи.

4. Раніше після реєстрації підприємцю видавалось Свідоцтво з 2 копіями. Деякий час замість свідоцтва видавалась Заявка. З 2017 року Свідоцтво про реєстрацію за новими правилами не видається. Замість нього формується електронний витяг на порталі Мін'юсту, виписка з Єдиного державного реєстру, довідка з реєстру. Всі ці документи оформлюються на бланках суворої звітності, які мають облікову серію та номер. Проте в ЗУ «Про підприємництво» досить залишилось поняття Свідоцтва про державну реєстрацію.

Виписка з Єдиного державного реєстру – документ в електронній формі, який формується та оновлюється за результатами проведення реєстраційних дій і містить відомості про юридичну особу або її відокремлений підрозділ, фізичну особу-підприємця (у тому числі про взяття на облік в органах державної статистики та державної фіскальної служби, видачу ліцензії та документів дозвільного характеру).

Для отримання виписки з Єдиного державного реєстру особа подає запит державному реєстратору за місцезнаходженням або місцем проживання. Виписка надається протягом двох робочих днів з дати надходження запиту безпосередньо фізичній особі-підприємцю або

уповноваженому представнику юридичної особи за довіреністю та пред'явленим паспортом.

Витяг з Єдиного державного реєстру – документ у паперовій або електронній формі, що сформований програмним забезпеченням Єдиного державного реєстру за зазначеним заявником критерієм пошуку та містить відомості, які є актуальними на дату та час формування витягу або на дату та час, визначені у запиті, або інформацію про відсутність таких відомостей у цьому реєстрі.

Для отримання довідки або витягу з Єдиного державного реєстру особа має право звернутися із запитом до державного реєстратора незалежно від місцезнаходження або місця проживання запитувача. Довідка надається *протягом* п'яти робочих днів з дати надходження запиту.

Запит подається особисто засновниками (учасниками) юридичної особи, фізичною особою або уповноваженим ними органом чи особою. Державному реєстратору пред'являються паспорт та документ, що засвідчує повноваження.

За надання відомостей з Єдиного державного реєстру справляється плата в такому розмірі:

0,05 прожиткового мінімуму для працездатних осіб - за надання виписки для проставлення апостилю та витягу в паперовій формі;

0,07 прожиткового мінімуму для працездатних осіб - за надання документа в паперовій формі, що міститься в реєстраційній справі;

Немає нічого вічного у світі. Це стосується і підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність припиняється:

- з власної ініціативи підприємця;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця;
- на підставі рішення суду у випадках, передбачених цим Кодексом та іншими законами.

Скасування державної реєстрації здійснюється за заявою власника (власників) або уповноважених ним (ними) органів чи за особистою заявою підприємця-громадянина, а також на підставі рішення суду. При цьому подається також пакет документів (табл. 1. 2).

Таблиця 1.2 – Обов’язкові документи для припинення підприємницької діяльності

Юридичної особи	ДОКУМЕНТИ	Фізичної особи (фізичної особи-підприємця)
заява про державну реєстрацію припинення юридичної особи в результаті її ліквідації;		заява про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи;
примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) рішення учасників юридичної особи або відповідного органу про припинення юридичної особи;		Або ксерокопія свідоцтва про смерть фізичної особи, судові рішення про визнання фізичної особи безвісно відсутньою
примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) документа, яким затверджено персональний склад комісії з припинення або ліквідатора, реєстраційні номери облікових карток платників податків, строк заявлення кредитором своїх вимог,		
довідка архівної установи про прийняття документів		

Скасування державної реєстрації позбавляє суб’єкта підприємницької діяльності статусу юридичної особи і є підставою для виключення його з Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ START-UP

Тема 2.1 Start-up як інноваційний формат започаткування бізнесу

Поняття стартапа щільно пов'язане з сучасною інноваційною економікою і є однією з форм здійснення підприємницької діяльності.

Стартап (англ. Startup) – новостворена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але перебуває в стадії реєстрації), бізнес якої ґрунтується на інноваційних технологіях, яка не вийшла на ринок або щойно почала на нього виходити і має потребу у залученні зовнішніх ресурсів.

Особливо часто термін «стартап» застосовується відносно компаній, що працюють в сфері інформаційних технологій, проте, це поняття є більш загальним і розповсюджується на інші сфери діяльності. Інновації, на основі яких будують свій бізнес стартапи, можуть бути як глобальними (тобто бути інноваціями у всьому світі), так і локальними (тобто, бути інновацією в окремо взятій країні, ринку чи галузі, але при цьому не бути інноваційною на інших).

Головною відмінністю стартапа є те, що в силу особливостей ринку, компанія розраховує на швидке зростання. Через це не будь-яка новостворена компанія може трактуватись як стартап.

Немає значення сфера діяльності, технології, спосіб чи джерело залучення інвестицій, кінцевий продукт □ зростання є основою і головною відмінною рисою, і все, що пов'язане з поняттям «стартап», так чи інакше пов'язане із зростанням в першу чергу. Якби всі компанії мали схожу долю, а їх успішність залежала від витрачених зусиль і везіння засновника, не було би потреби у спеціальному навчанні того, як започаткувати та успішно розвинути новий стартап. Можна було би просто говорити про більш успішні та менш успішні бізнеси, проте стартапи відрізняються від

інших новостворених компаній у своїй базовій структурі, мають інший ДНК. Для швидкого зростання стартап повинен видавати продукт, який обов'язково буде затребуваним на світовому ринку.

Швидке зростання обумовлюється здебільшого двома чинниками:

а) виробництво того, чого бажає велика кількість,

б) можливість обслужити всіх клієнтів, незалежно від відстані, часу та інших фізичних обмежень. Перша умова означає, що ідея покладена в основу стартапа повинна передбачати масовий збут. Звичайно, ступінь масовості може різнитись, проте, формат стартапа загалом мало підходить до створення та просування на ринок вузькоспеціалізованої ідеї чи продукту. Тим більше, як буде показано згодом, від масовості ринку збуту, на котрий розраховує стартап істотним чином залежить вибір як джерела фінансування, так і його форми.

Друга умова передбачає, що товар має бути універсальним і передбачати всеосяжну фізичну логістику, можливість ліцензування на місці чи поширення віртуальними ринками та магазинами (через інтернет). Обидві умови мають бути задоволені одночасно. Наприклад, створення програмного продукту, що легко справляється з другою умовою, може зіткнутися з першою: навіть відкритий доступ до програми з вивчення Тибетської мови в Угорщині може нівелюватися малим попитом на такий продукт. Секрет успіху стартапу простий у формулюванні, але надзвичайно складний у реалізації: затіваючи стартап, думайте про щось, чого раніше не існувало, бо виходячи на глобальний ринок, запорукою успіху є реалізація ідеї, яка нікому в голову раніше не приходила.

Відмінність успішних засновників стартапів полягає в тому, що вони здатні відповісти на дуже різні за своєю суттю питання: вони демонструють специфічну комбінацію технологічної грамотності і навичок з можливістю вчасно та доречно застосувати цю грамотність для вирішення широкого спектру завдань. Вчорашня «погана» ідея сьогодні може виявитися геніальною просто тому, що галузь чи сфера бізнесу

змінюється надто стрімко, а з ними зазнають змін і потреби та виникають нові проблеми. Саме така історія сталася свого часу з Google: Ларрі Пейдж та Сергій Брін хотіли здійснювати швидкий та всеосяжний пошук у Інтернет. На відміну від більшості фахівців, у них вистачило компетенції та знань для того, щоб оцінити всю недосконалість існуючих на той момент пошукових машин і запропонувати реалістичні можливості для їх поліпшення. За наступні кілька років проблема, яка раніше хвилювала небагатьох, як от Пейджа та Гріна стала загальною, і тепер кожен, навіть найменш вимогливий користувач, неозброєним оком бачив слабкі місця пошукових систем. І саме Google запропонував рішення, яке було кращим при оцінці навіть неозброєним оком пересічного користувача. Першість компанії від тих часів лише вдосконалювалась, але у підґрунті успіху знаходиться саме комбінація прозорливості засновників, технічна компетентність та глобальний попит на продукт. Оскільки успіх стартапу залежить від якості ідеї, покладеної в основу і потребує зовнішнього фінансування, джерела якого стають дедалі більш глобальними, стартапи від самого початку повинні дбати про конкурентоспроможність у світі глобальної економіки.

Тема 2.2 Бізнес-моделювання у форматі start-up

Більш глибоко сутнісну характеристику бізнес–моделі підприємства можна розкрити через її функції: визначення місії, стратегічного бачення та перспектив розвитку компанії на існуючому і перспективних ринках; вивчення майбутніх пріоритетів споживачів; забезпечення оптимального розподілу наявних та орієнтація на мобілізацію нових (потенційних) стратегічних ресурсів компанії; організація ефективної системи бізнес-процесів; формування, використання та розвиток інтелектуального капіталу компанії; ідентифікація та реалізація ключових компетенцій; залучення капіталу інвесторів; збільшення ринкової вартості та прибутковості компанії; підвищення конкурентоспроможності та забезпечення унікальності компанії на ринку. Також на теоретичному рівні необхідно встановити відмінності бізнес-моделі від класичних бізнес-стратегій та інших інструментів підвищення ефективності функціонування підприємства. Концепція бізнес-моделювання дозволяє уникнути жорстко детермінованих напрямків розвитку компанії, що характерні для класичних стратегій. Логікою функціонування компанії є не просто послідовна реакція на зміну зовнішніх факторів, а передбачення цих змін (у першу чергу, пріоритетів споживачів), моделювання нової ринкової ситуації та спрямування стратегічних ресурсів на трансформацію існуючої моделі бізнесу з метою досягнення максимальної її відповідності майбутньому бізнес-середовищу.

В сучасних умовах функціонування підприємств роль концепції бізнес-моделювання потребує суттєвого доповнення та вдосконалення. Можливими напрямками перегляду окремих положень концепції можуть стати:

– більш детальний аналіз елементів бізнес-моделі підприємства з огляду на принципові відмінності окремих видів підприємницької діяльності (виробнича, комерційна та ін.);

- відхід від поняття «ключова компетенція», з огляду на неможливість розглядати її в ролі універсальної складової функціонування бізнес-моделі;

- необхідність використання процесного підходу задля характеристики структурних елементів бізнес-моделі підприємства відповідно до загально прийнятих управлінських підходів; розробка модульної структури бізнес-моделі з обов'язковим виділенням підсистем адаптації, розвитку, діагностики, збалансованого росту, корегування структури бізнес-моделі підприємства; вдосконалення методів оцінки ефективності функціонування бізнес-моделі та її розвитку за різними критеріями; використання апарату математичного моделювання (зокрема методу системної динаміки) задля поширення результатів концепції в межах окремих рішень та стратегій; уникання протиставлення «бізнес-модель» та «стратегія» з огляду їх різної природи появи, використання та вдосконалення; чітке розмежування процесів поточної діяльності та функціонування, процесів адаптації, гнучкості та збалансованого росту, процесів розвитку підприємства за окремими напрямками.

Таким чином, результатами комплексного дослідження поглядів вітчизняних і зарубіжних науковців на процес управління підприємствами можна вважати формування концепції бізнес-моделювання. Виявлено неоднозначність і фрагментарний підхід до визначення поняття «бізнес-модель», що зумовило необхідність уточнення економічного трактування поняття «бізнес-модель», а також узагальнення та вдосконалення основних положень концепції бізнес-моделювання.

Враховуючи різноманітність бізнес-моделей і їх структурну складність, є доцільним виявлення базового набору основних елементів, що дозволяють стандартизувати опис бізнес-моделей, полегшити сприйняття і керування ними. Кожна бізнес-модель повинна давати характеристику наступних основоположних аспектів бізнесу будь-якого підприємства:

- 1) що є споживчою цінністю, яку пропонує підприємство;
- 2) як підприємство створює споживчу цінність;
- 3) як підприємство реалізує споживчу цінність;
- 4) як підприємство керує своєю діяльністю;
- 5) як підприємство генерує дохід і прибуток.

Життєвий цикл складних нелінійних відкритих систем, до числа яких належить і сам бізнес, і підприємство як засіб втілення бізнесу в життя, супроводжується ланцюгом криз, що мають ієрархічну структуру. Глобальна криза виникає в кінці життєвого циклу і повністю перебудовує програму розвитку системи, а кризи малого порядку відбуваються на всіх етапах еволюції системи, при цьому, впливаючи на поведінку її окремих компонентів, і можуть не співпадати з глобальним.

Виявлення кризових ситуацій у стані компанії, безумовно, свідчить про зниження її економічного імунітету, погіршення спроможності чинити опір негативним збурювальним діям, проте для повноцінного розкриття генезису виявлених дисфункцій, а також, розробки системного механізму протистояння загрозам, необхідно встановлення та аналіз основних факторів зміни моделі підприємства.

Ідентифікація причин виявлених криз, які виступають, у свою чергу, «каталізаторами» реструктуризації, послужить основою для створення обґрунтованої ієрархічної системи ієрархії реструктуризації як способу боротьби з кризами і дозволить розробити програму перетворень, адекватну індивідуальним потребам бізнесу.

Основними суб'єктами екосистеми ІТ-стартапу крім власне стартапу є: *бізнес-інкубатори, бізнес-акселератори, технопарки, венчурні фонди, бізнес-ангели, інститути розвитку, науково-дослідні установи, банки ідей, консультанти, «пакувальники проектів», техно-блоги, користувачі, бізнес-партнери.*

Венчурний фонд – інвестиційний фонд, орієнтований на роботу з інноваційними підприємствами та проектами (стартапами). Венчурні

фонди здійснюють інвестиції в цінні папери або частки підприємств з високим або відносно високим ступенем ризику в очікуванні надзвичайно високого прибутку. Бізнес-ангел(англ. Businessangels, також відомі як неформальні інвестори) –приватний інвестор, який вкладає кошти в інноваційні проекти (стартапи), як правило в обмін на повернення вкладень і частку в компанії. Існує тенденція до організації таких бізнес-ангелів в ангельські групи або ангельські мережі з метою обміну дослідженнями і формування пулів інвестиційного капіталу для поділу ризиків, а також для надання порад компаніям з їх портфелів. З огляду на те, що вони вкладають кошти на самій ранній стадії проекту (після засновників), бізнес-янголи вкладають ресурси в проекти, які мають можливість отримання високого прибутку, ніж той, який можна отримати від традиційних інвестицій. Зазвичай вони є сполучною ланкою між стадією самофінансування бізнесу та стадією, коли підприємство потребує обсязі фінансування, яке може запропонувати венчурний інвестор.

Бізнес-інкубатор—організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння в придбанні ними фінансової самостійності. Окремим видом бізнес-інкубаторів є інноваційні бізнес-інкубатори.

Функції бізнесів-інкубаторів:

1. надання приміщення для офісів/майстерень на умовах оренди, часто (у деяких містах/центрах) за цінами нижчими від ринкових і з гнучкими умовами одержання додаткового місця за вимогою;
2. адміністративні і технічні послуги (телефон, копіювання, приміщення для конференцій/зустрічей, секретаріат і т. д.);
3. консалтинг/бізнес-планування для починаючих і потенційних підприємців.

Також можливий широкий набір інших (консалтингових) послуг, трансфер технологій, пропозиції по проведенню семінарів і тренінгів і т. д.

Бізнес-акселератор – організація, що займається інтенсивної програмою розвитку стартапу і швидким навчанням його авторів. Забезпечує стартапам експертну підтримку, освітлення в ЗМІ, надає передпосівні інвестиції в обмін на частку в проекті для інвестора, а також виводить їх на стадію презентації інвесторам.

Технопарк – науково-інноваційний центр, територіально виділений комплекс, який поєднує в собі організації, фірми, об'єднання, що охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності від генерації нових ідей до випуску і реалізації наукомісткої продукції.

Технопарк, як правило, заснований на базі провідних університетів, інших наукових організацій, включаючи сервісні та виставкові комплекси, фірми.

Технопарки – масштабні інноваційно-технологічні центри, в яких забезпечуються умови, максимально сприятливі для науково-технічних інноваційних проектів, виконуваних спільними зусиллями наукових центрів і промисловості. Технопарки створюються великими науковими центрами на спеціально відведених для них упоряджених територіях, насичені першокласною інженерною, науково-виробничою, інформаційною та соціальною інфраструктурою.

Інститути розвитку – зазвичай некомерційні організації, головною метою діяльності яких є сприяння розвитку тієї чи іншої сфери. Основними напрямками діяльності є впровадження і підтримка навчальних програм, підтримка ефективного обміну інформацією, взаємодія з органами державної влади, розробка пропозицій щодо регуляторної політики в даній сфері, правова підтримка і т.д.

«Пакувальники проектів» організації або фізичні особи, які надають послуги з експертизи та оформлення пакету інноваційного проекту, розробки та підтримки презентацій бізнес-ідеї потенційним інвесторам. Вони виступають посередниками між командою стартапу і потенційним інвестором.

Краудфандинг (від англ. crowd funding, crowd «натовп», funding-фінансування) – це народне фінансування, інше –колективне співробітництво людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Спочатку повинна бути заявлена ціль, визначена необхідна грошова сума, складена калькуляція всіх витрат, а інформація по ходу збирання коштів має бути відкритою для всіх. Причини використання краудфандінгу для залучення засобів у свій проект:-можливість збирати кошти на свій проект без кредитів на розвиток бізнесу та передачі авторських прав;-можливість розповісти про проект без додаткових витрат;-можливість зібрати попередні замовлення та протестувати ідеї ще до їх реалізації;-інформування аудиторії про нову продукцію.

Модель краудфандінгу базується на трьох складових:

- 1) ініціатор проекту -тойхто пропонуєсвою ідею дляфінансування - краудфандер.
- 2) офіційні особи або група людей, які підтримують матеріальноідею -акціонер.
- 3) адміністрація платформи, яка з'єднує два боку для запуск проекту / ідеї-адміністратор.

Мотиви учасника фінансування в краудфандінгу:

- цікавиться інноваціями;
- шукає нові способи взаємодії з зростаючими фірмами;
- бажає бути частиною чогось більшого; – очікування виграшу.

Таким чином, в цілому зрозуміло призначення крауд для проектів і аудиторії краудфандінгових майданчиків.

Моделі краудфандінгових платформ:

1. Відсутність винагороди (пожертви)Пожертви зазвичай є добровільними актами, зробленими на основі альтруїзму і без всяких зобов'язань для одержувача.

2. Краудфандинг (нефінансова винагорода) На поточний момент – це найпоширеніша за кількістю платформ модель краудфандинга. Вона себе прекрасно зарекомендувала як ефективний інструмент збору коштів на будь-які проекти, починаючи від креативних і закінчуючи складними технологічними продуктами. Головною особливістю цієї моделі є отримання спонсорів у відповідь на свою підтримку нефінансового винагорода.

3. Модель попередніх замовлень. У даній концепції винагородою може бути сам фінансований продукт. Наприклад, книга, фільм, музичний альбом, програмне забезпечення, новий гаджет.

Найуспішнішою платформою, яка працює за принципом не фінансового винагорода і, зокрема, пропонує модель попередніх замовлень, є майданчик Kickstarter (кікстартера), яка на сьогоднішній день вже пододала позначку в \$ 2 млрд.

4. Фінансова винагорода (краудінвестинг)

Краудінвестинг – це складова частина краудфандингу. Його основною характеристикою і відмінною рисою від інших форм є наявність фінансової винагорода, яку отримує спонсор (в даному випадку вже інвестор) в обмін на свою підтримку. Адже, що є інвестування що не вкладення капіталу з розрахунком на фінансову вигоду.

Тема 2.3 Створення start-up

Поняття стартапа щільно пов'язане з сучасною інноваційною економікою і є однією з форм здійснення підприємницької діяльності. Стартап (англ. Startup) – новостворена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але перебуває в стадії реєстрації), бізнес якої ґрунтується на інноваційних технологіях, яка не вийшла на ринок або щойно почала на нього виходити і має потребу у залученні зовнішніх ресурсів. Особливо часто термін «стартап» застосовується відносно компаній, що працюють в сфері інформаційних технологій, проте, це поняття є більш загальним і розповсюджується на інші сфери діяльності. Інновації, на основі яких будують свій бізнес стартапи, можуть бути як глобальними (тобто бути інноваціями у всьому світі), так і локальними (тобто, бути інновацією в окремо взятій країні, ринку чи галузі, але при цьому не бути інноваційною на інших).

Головною відмінністю стартапа є те, що в силу особливостей ринку, компанія розраховує на швидке зростання. Через це не будь-яка новостворена компанія може трактуватись як стартап. Немає значення сфера діяльності, технології, спосіб чи джерело залучення інвестицій, кінцевий продукт □ зростання є основою і головною відміною рисою, і все, що пов'язане з поняттям «стартап», так чи інакше пов'язане із зростанням в першу чергу. Якби всі компанії мали схожу долю, а їх успішність залежала від витрачених зусиль і везіння засновника, не було би потреби у спеціальному навчанні того, як започаткувати та успішно розвинути новий стартап. Можна було би просто говорити про більш успішні та менш успішні бізнеси, проте стартапи відрізняються від інших новостворених компаній у своїй базовій структурі, мають інший ДНК.

Для швидкого зростання стартап повинен видавати продукт, який обов'язково буде затребуваним на світовому ринку. Швидке зростання обумовлюється здебільшого двома чинниками:

- а) виробництво того, чого бажає велика кількість,
- б) можливість обслужити всіх клієнтів, незалежно від відстані, часу та інших фізичних обмежень.

Перша умова означає, що ідея покладена в основу стартапа повинна передбачати масовий збут. Звичайно, ступінь масовості може різнитись, проте, формат стартапа загалом мало підходить до створення та просування на ринок вузькоспеціалізованої ідеї чи продукту. Тим більше, як буде показано згодом, від масовості ринку збуту, на котрий розраховує стартап істотним чином залежить вибір як джерела фінансування, так і його форми.

Друга умова передбачає, що товар має бути універсальним і передбачати всеосяжну фізичну логістику, можливість ліцензування на місці чи поширення віртуальними ринками та магазинами (через інтернет). Обидві умови мають бути задоволені одночасно.

Наприклад, створення програмного продукту, що легко справляється з другою умовою, може зіткнутися з першою: навіть відкритий доступ до програми з вивчення Тибетської мови в Угорщині може нівелюватися малим попитом на такий продукт.

Секрет успіху стартапу простий у формулюванні, але надзвичайно складний у реалізації: затіваючи стартап, думайте про щось, чого раніше не існувало, бо виходячи на глобальний ринок, запорукою успіху є реалізація ідеї, яка нікому в голову раніше не приходила. Відмінність успішних засновників стартапів полягає в тому, що вони здатні відповісти на дуже різні за своєю суттю питання: вони демонструють специфічну комбінацію технологічної грамотності і навичок з можливістю вчасно та доречно застосувати цю грамотність для вирішення широкого спектру завдань.

Вчорашня «погана» ідея сьогодні може виявитися геніальною просто тому, що галузь чи сфера бізнесу змінюється надто стрімко, а з ними зазнають змін і потреби та виникають нові проблеми. Саме така історія сталася свого часу з Google: Ларрі Пейжд та Сергій Брін хотіли

здійснювати швидкий та всеосяжний пошук у Інтернет. На відміну від більшості фахівців, у них вистачило компетенції та знань для того, щоб оцінити всю недосконалість існуючих на той момент пошукових машин і запропонувати реалістичні можливості для їх поліпшення.

За наступні кілька років проблема, яка раніше хвилювала небагатьох, як от Пейджа та Гріна стала загальною, і тепер кожен, навіть найменш вимогливий користувач, неозброєним оком бачив слабкі місця пошукових систем. І саме Google запропонував рішення, яке було кращим при оцінці навіть неозброєним оком пересічного користувача.

Першість компанії від тих часів лише вдосконалювалась, але у підґрунті успіху знаходиться саме комбінація прозорливості засновників, технічна компетентність та глобальний попит на продукт. Оскільки успіх стартапу залежить від якості ідеї, покладеної в основу і потребує зовнішнього фінансування, джерела якого стають дедалі більш глобальними, стартапи від самого початку повинні дбати про конкурентоспроможність у світі глобальної економіки.

У зв'язку з масовим поширенням мережевих технологій кардинально змінюються принципи відносин між суб'єктами господарювання завдяки виникненню нових можливостей розвитку. Виникають нові механізми ведення інноваційної діяльності: стартапи, краудсорсинг, спін-компанії, аутсорсинг інновацій.

Серед сучасних форм ведення інноваційної діяльності слід виділити такі:

- *стартап* – недавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але має наміри стати офіційною), яка будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або лише почала на нього виходити;
- *спін-компанія* – компанія, що створюється материнською компанією для впровадження «побічних продуктів» інноваційного

процесу. Спін- оффи зберігають зв'язок з материнською компанією, спін-аути стають абсолютно незалежними компаніями;

– *краудсорсинг* – процес передачі певних сегментів інноваційної діяльності невизначеному колу осіб (crowd) з метою залучення до інноваційного процесу людей поза сферою науки та бізнесу.

Та розглянемо детальніше поняття « стартап» та його структуру.

Стартап —компанія, створена для швидкого зростання. Це означає, що не всі засновані «з нуля» компанії можуть називати себе стартапами. Немає значення сфера діяльності, технології, спосіб чи джерело залучення інвестицій, кінцевий продукт — зростання є основою і головною відміною рисою, і все, що пов'язане з поняттям «стартап», так чи інакше пов'язане із зростанням в першу чергу.

Особливо часто термін «стартап» застосовується відносно інтернет-компаній і інших фірм, що працюють в сфері ІТ, проте, це поняття розповсюджується і на інші сфери діяльності.

Інновації, на основі яких будують свій бізнес стартапи, можуть бути як глобальними (тобто бути інноваціями у всьому світі), так і локальними (тобто, бути інновацією в окремо узятій країні, але при цьому в інших країнах ця технологія вже не є інноваційною).

Більшість стартапів розраховані на якнайшвидшу реалізацію і в основному не є великим бізнесом, наприклад, це може бути просто маленький додаток або сервіс для користувачів мобільного телефону. Наприклад, компанія Apple колись теж була стартапом, а сьогодні вона сама щорічно купує стартапи на суму більш ніж 1 мільярд доларів.

Однією з основних причин створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів вважають неповороткість і повільність великих корпорацій, які успішно використовують уже наявні продукти, а розробкою і створенням нових майже не займаються. Тому стартапи, завдяки своїй мобільності в плані втілення нових ідей складають конкуренцію великим корпораціям.

Основним ресурсом для створення нового стартапу служить хороша новаторська ідея. Власне за свіжими і незвичайними ідеями женеться більшість і часто, купуючи їх, не шкодують великі суми грошей. Сама ідея, що не має ніякого матеріального втілення, а існує тільки на папері, або «на словах» (план стартапу), може коштувати дуже багато. Іншим фактором успішності цієї ідеї є її затребуваність (ступінь необхідності для споживача), адже ідея може бути незвичайною і новою, але користі від неї буде мінімум.

Що стосується України, існує дуже багато різних компаній, які надають свої послуги у вигляді навчання і натхнення, мотивації до успіху підприємців, молоді та дітей. Це дуже зручно і вигідно, тому що людині допомагають реалізувати свій бізнес професіонали. Але будь-який бізнес вимагає звичайно вкладення чималих коштів, які в нашій країні, знайти дуже важко, враховуючи те, що банківська система в Україні надає жорсткі умови кредитування, а знайти інвесторів і зацікавити в нашій небагатій країні складно, а також існують ризики і тиск з боку конкурентів і влади.

Існує певна класифікація стадій розвитку стартапів, згідно з якою стартап проходить 5 стадій:

1. посівна стадія (seed stage);
2. стадія запуску (startup stage);
3. стадія зростання (growth stage);
4. стадія розширення (expansion stage);
5. стадія «виходу» (exit stage).

Посівна стадія. На цій стадії зазвичай у числі активів підприємця значаться тільки ідеї, а в кращому випадку ще й патенти або одиничні зразки продукції. У проекті є ініціатори, але управлінська ланка і бізнес-процеси ще не сформовані.

Стадія запуску. На стадії виконується залучення перших клієнтів, налагодження механізму роботи проекту. Під час проходження цієї стадії стартапу дуже важливо залучати інвесторів, щоб забезпечити планований

ріст проекту. Якщо стадія запуску проходить успішно, то стартап переходить на стадію зростання.

Стадія зростання. Вона являє собою період, під час якого проект привертає все більше клієнтів, окупається й починає приносити прибуток. На цій стадії стартап часто досягає стабільного положення на ринку.

Стадія розширення. Вона припускає ще більш активне залучення клієнтів, збільшення прибутку. На цій стадії стартап вже, як правило, досяг цілей, окреслених у бізнес-плані для обраного ринку, і починає вихід на інші ринки.

Стадія «виходу». На цій стадії «виходять» з бізнесу інвестори, які фінансували стартап на більш ранніх етапах. При цьому «вихід» може відбуватися по-різному: або через продаж стартапу стратегічним інвесторам, або через первинний продаж акцій компанії на біржі. Також можливий продаж акцій компанії фондам прямих інвестицій.

Але перш ніж започаткувати стартап, необхідно скласти оптимальний бізнес-план його розвитку. Утім, молоді підприємці частенько нехтують цим документом. «Навіщо бізнес-план, якщо можна просто розповісти про свій задум? Для наочності, звичайно, можна додати пару схем і таблиць.» – саме така поширена думка часто-густо заважає втілити у життя найцікавіші ідеї. Насправді, детальний план підприємницької діяльності – візитна картка, яка допоможе знайти інвестора, переконати банк надати кредит і підстрахуватися. Як казав Пол Грем: «Процес постійного слідування наміченому плану зростання допомагає ідентифікувати, а іноді навіть і модифікувати стартап.». Тому бізнес-план – є головною основою вашої успішної кар'єри.

Ідеального бізнес-плану не існує. Інвестори, як правило, в першу чергу вирішують для себе, чи переконливою є та чи інша ідея. А от бізнес-план завжди можна доопрацювати. Проте, звичайно, коли він складений абияк, це відразу ж псує враження про засновника стартапу.

Складання бізнес-плану для стартапів має свої особливості та структуру і цей процес поділяється на декілька етапів.

Першим етапом складання бізнес-плану є проведення детального аналізу ринку, що дозволяє вивчити його поточні тенденції, рівень цін та конкуренції, а також оцінити ємність ринку і розглянути перспективи його розвитку.

При проведенні дослідження ринку доцільно використовувати офіційні дані Державної Служби статистики, профільних міністерств, бази митної служби, а також інформацію операторів ринку.

Вже на цьому етапі постає завдання – реально оцінити можливості, а також сформулювати адекватні висновки.

Залучення консалтингової компанії допоможе отримати обґрунтований погляд на ринок з боку, від незацікавлених осіб, а також забезпечить впевненість у надійності представлених даних, їх грамотний аналіз, що дозволить уникнути неправильних рішень ще на етапі планування, а значить, уникнути фінансових втрат.

Наступним – *другим етапом* складання бізнес-плану та його важливою складовою є підготовка фінансової моделі – фінансового плану. Фінансовий план для стартап-проекту містить такі основні планові розрахунки:

1. Бюджет початкових інвестицій.
2. Планові обсяги продажів.
3. Детальний перелік операційних витрат та їх планові розміри.
4. Плановий розрахунок генерується підприємством виручки і грошового потоку.
5. Аналіз точки беззбитковості.
6. Розрахунок планових показників інвестиційної привабливості, прибутковості і рентабельності запланованого проекту.

Побудова адекватної фінансової моделі бізнес-плану спирається на кілька ключових факторів:

- якість, повнота та деталізація вхідної інформації;
- використання методології проведення розрахунків, що відповідає сучасній фінансовій практиці, що забезпечує правильність і надійність отриманих результатів.

Збір цієї інформації можна здійснити як самостійно, так і залучаючи фінансових консультантів, а також консультантів по бізнес-плануванню. Важливо пам'ятати, що якість і достовірність вхідної інформації матимуть визначальний вплив на реалістичність побудованої фінансової моделі, а значить, чим більш детальна і достовірна інформація буде використана, тим більш реальну фінансову модель можна отримати.

Третій етап – це складання описової частини бізнес-плану, основою для чого служить побудована фінансова модель, доповнена результатами проведеного ринкового дослідження. При підготовці описової частини бізнес-плану доцільно використовувати рекомендації одного з існуючих міжнародних стандартів: UNIDO, ЄБРР, TACIS та ін.

Важливо пам'ятати, що всі міжнародні стандарти побудови бізнес-планів носять рекомендаційний характер, тобто при підготовці описовій частині немає необхідності їм сліпо слідувати, адже кожен проект індивідуальний, їх повна стандартизація практично неможлива, та й не потрібна. У цьому процесі важливо вміти відділити потрібну інформацію, тобто інформацію першого ступеня важливості, від додаткової, яка може бути представлена у додатках до бізнес-плану або пред'явлена на вимогу.

Якщо порівнювати типову структуру бізнес-плану із бізнес-плану для стартапу, необхідно зазначити, що вони мають деякі відмінності. Бізнес-план для стартапу має три основних етапи складання, які поділяються на декілька, а типовий бізнес-план у своїй структурі має 10 розділів, , кожний з яких має своє цільове призначення та специфіку. Ще однією особливістю в структурі складання бізнес-плану для стартапа є те, що в першому розділі оцінюються реальні можливості успіху в започаткуванні бізнес-проекту та оцінюється загальний стан на ринку. Це

допоможе застерегти від швидкого занепаду тільки-но створену компанію. Спільним при розробці бізнес-планів є можливість використання рекомендацій одного з існуючих міжнародних стандартів: UNIDO, ЄБРР, TACIS та ін.

Під час складання бізнес-плану допускається чимало помилок. Але їх можна уникнути кількома шляхами:

- залучення до розробки бізнес-плану високопрофесійного зовнішнього консультанта;
- безпосередню участь ініціатора проекту в підготовці бізнес-плану на всіх етапах;
- досконала підготовка, пошук надійних джерел інформації, налагодження контактів з потенційними контрагентами.

При правильному підході до підготовки бізнес-плану він може стати не просто інструментом планування майбутнього бізнесу, залучення у нього необхідних інвестицій, але й ефективним документом, який дозволяє здійснювати контроль над проектом у процесі його реалізації.

Бізнес-план також повинен бути лаконічним, оскільки досвідчений інвестор вмить визначить перенасичення описової частини проекту непотрібною інформацією і, швидше за все, вважатиме це істотним негативним чинником. Нарешті, йому просто необхідно переконатися у вигідності майбутнього проекту за допомогою зрозумілого і прозорого розрахунку. Тут важливо наводити реальні фінансові показники, які не викличуть у читача бізнес-плану ніяких сумнівів. Всі наведені цифри повинні бути підтверджені розрахунками, а вихідні дані – мати офіційний джерело походження.

Коригування бізнес-плану здійснюється поступово, в міру виконання робіт із проекту, що дозволяє підготувати його фактичний бюджет. При цьому важливо зберегти як вихідний документ, так і відкоригований, щоб оперативно виконувати аналіз відхилень інвестиційного бюджету, продажів і рівня операційних витрат. Такий аналіз дозволить отримати

інформацію про інвестиційну привабливість і рентабельність проекту в процесі його реалізації та вчасно реагувати на можливі негативні тенденції.

Таким чином, підготовка бізнес-плану для стартап-проекту є комплексним і трудомістким процесом, який вимагає наявності знань в різних галузях, специфічних навичок, необхідних для проведення аналізу ринку, збору інформації і підготовки фінансової моделі, а також безпосередньої підготовки текстової частини бізнес-плану. Крім того, для стартап-проекту бізнес-план є візитною карткою, яка необхідна для залучення зовнішнього фінансування, а також дорожньою картою для ініціатора проекту, тому при його підготовці немає дрібниць.

Тема 2.4 Розробка бізнес-моделі start-up

Модель CANVAS застосовується для опису поточної та майбутньої стратегії start-up. Для стратегії розвитку новостворених організацій, для переорієнтації стратегії розвитку діючих організацій, розбору існуючої моделі керування з метою знаходження слабких місць/прогалин в діяльності організації та пошуку нових точок для зростання. Авторами, творцями бізнес-моделі CANVAS у 2008 році стали: Олександр Остервальдер – швейцарський бізнес-теоретик та Ів Пін'є – бельгійський вчений і професор інформаційних систем управління. Після чого модель стрімко поширювалась і зараз застосовується викладачами, студентами відомих бізнес-шкіл, університетів: Гарвард, Стенфорд, Колумбія, Берклі.

Бізнес-модель Canvas (рис. 2.1) допоможе вам зосередитися на створенні цінності вашого проекту. Відкрийте та застосовуйте модель CANVAS, щоб створити цінність для ваших клієнтів, щоб поліпшити вашу здатність проектувати, тестувати і створювати продукти та послуги, яких хочуть/запитують клієнти.

Макет бізнес моделі

Примірний проєкт: _____ Сторінка №: _____ Дата: _____ Персона: _____

Ключові партнери Навіщо ви шукаєте партнерів? Як вони допоможуть вам? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від партнерства? Ключові партнери: 1. Партнерство з компанією X 2. Партнерство з компанією Y 3. Партнерство з компанією Z	Ключова діяльність Важко, щоб діяльність була дійсно цінною! Ключова діяльність: 1. Діяльність A 2. Діяльність B 3. Діяльність C	Ціннісна пропозиція Що саме робить вашу пропозицію цінною? Ключова ціннісна пропозиція: 1. Ціннісна пропозиція A 2. Ціннісна пропозиція B 3. Ціннісна пропозиція C	Відносини з клієнтами Навіщо ви шукаєте відносини з клієнтами? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від відносин з клієнтами? Ключові відносини з клієнтами: 1. Відносини з клієнтами A 2. Відносини з клієнтами B 3. Відносини з клієнтами C	Сегменти користувачів Навіщо ви шукаєте сегменти користувачів? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від сегментів користувачів? Ключові сегменти користувачів: 1. Сегмент користувачів A 2. Сегмент користувачів B 3. Сегмент користувачів C
Ключові ресурси Навіщо ви шукаєте ключові ресурси? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від ключових ресурсів? Ключові ресурси: 1. Ресурси A 2. Ресурси B 3. Ресурси C	Канали Навіщо ви шукаєте канали? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від каналів? Ключові канали: 1. Канали A 2. Канали B 3. Канали C	Структура витрат Навіщо ви шукаєте структуру витрат? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від структури витрат? Ключові структури витрат: 1. Структура витрат A 2. Структура витрат B 3. Структура витрат C	Джерела доходів Навіщо ви шукаєте джерела доходів? Як ви можете допомогти їм? Як ви можете отримати вигоду від джерел доходів? Ключові джерела доходів: 1. Джерело доходів A 2. Джерело доходів B 3. Джерело доходів C	

DESIGNED BY: Business Model Canvas AG
© 2009-2014 Strategyzer. All rights reserved. Strategyzer is a registered trademark of Strategyzer AG. All other trademarks are the property of their respective owners.

Strategyzer
strategyzer.com

Рисунок 2.1 – Бізнес-модель CANVAS

CANVAS в перекладі означає – «канва», «полотно». Іншими словами, CANVAS – це основа/фундамент для бізнесу. Якщо все добре продумати, описати, накласти на базове полотно вашої організації – це хороший старт для успішної діяльності.

1. Сегменти споживачів.

У цій колонці ви позначаєте основні сегменти ваших споживачів. Хто всі ці люди? Чого вони бояться? Чого хочуть отримати? Чим на них можна впливати? Індивідуально або масовими інструментами? Що вони слухають, куди ходять, що цінують?

Зрозуміло, все це треба робити в розрізі вашого бізнесу.

2. Ключові цінності.

У цьому блоці ви повинні виділити ті цінності, які дійсно купують ваші споживачі. Зверніть увагу, що треба описати не саме товар, а саме те, що він робить, яку проблему вирішує. Наприклад, якщо це автомобіль, то цінністю може бути швидкість, надійність, знатність бренду.

Окремо слід виділити, що клієнт купує і що він хотів би купувати. Цілком можливо, що він купує не зовсім те, що йому треба, просто немає альтернатив. Коштує це проаналізувати.

Бути може з вами працюють через зручності або умови доставки, а не асортименту. Або навпаки. Ваше завдання – визначити саме ту ключову цінність, яка перетягує клієнта на вашу сторону.

3. Канали збуту.

Канали, за допомогою яких ви контактуєте з вашими клієнтами – невіддільна частина будь-якого бізнесу. Причому, важливо враховувати абсолютно всі канали: перший контакт, переконання, доставка, післяпродажний сервіс, реклама тощо. Всі точки контактів з вашими клієнтами повинні бути враховані.

Повністю вони влаштовують клієнтів? Наскільки вони зручні вам? Чи вписуються вони в бізнес клієнта?

4. Відносини з клієнтами

Які відносини у нас збудовані з кожним із сегментів? Чи цього вони очікують? Чи всі їх влаштовує? З ким у нас індивідуальний договір? З ким загальний? У скільки нам це обходиться?

5. Потоки доходів

У цьому розділі потрібно зазначити всі доходи, які ми отримуємо з розбивкою за типами. Наприклад: постійні доходи з фіксованою ціною, плаваючі продажу, оренда тощо.

Можна бити по групам клієнтів і типам продажів.

Обов'язково до кожного джерела прикріпити його характеристику і частку в загальному потоці доходів. Таким чином ми зможемо виділити основні, найважливіші потоки, і додаткові. Це допоможе визначитися зі стратегією розвитку на майбутнє: що посилити, на що можна не звертати особливої уваги.

6. Ключові ресурси.

Наступний етап – визначення необхідних ресурсів. Причому, тут слід виділити всі ресурси, які потрібні як для виробництва, так і для вибудовування взаємин, каналів збуту і тощо.

Ресурси потрібно розбити по видам: фінанси, сировина, людські, інтелектуальні, нематеріальні (наприклад, патенти, сертифікати).

7. Ключова діяльність (Ключові заходи).

В даному випадку мається на увазі, які безпосередньо кроки потрібно виконувати для всіх вищесказаних етапів. Етапи виробничого процесу, доставка, рекламна діяльність, створення післяпродажного сервісу і тощо.

Іншими словами, в цій колонці позначаються основні етапи самих робіт вашого бізнес-процесу.

8. Ключові партнери.

Сюди потрібно виписати тих партнерів, без яких ваш бізнес не може існувати. Це рекламні агентства, наприклад, постачальники, консультанти,

фрілансери, аутсорсингові компанії.

Які ключові ресурси вони вам поставляють? Наскільки вони стабільні? Є гарантії поставок? Чи можна якось на цьому заощадити? Чи є альтернативи? Чи можливий бартер на нашу продукцію? Які у нас взаємини?

9. Структура витрат.

Які витрати в нашій бізнес-моделі найважливіші? Які найвищі? Яка діяльність вимагає максимальних витрат?

Постійні витрати, змінні витрати, витрата на заробітну плату, податки, ціна ресурсів і тощо. Всі найзначніші витрати повинні бути виділені. Аналогічно можна вказати їх частку в загальній сумі витрат за період.

Створення шаблону для персонального справи від бізнесу організацій відрізняється декількома деталями: тут ключовий ресурс – сам підприємець з наявними у нього здібностями, навичками, інтересами та іншими особистими якостями.

Персональна модель передбачає врахування численних нематеріальних витрат і прибутків у вигляді, наприклад, стресу, з одного боку, і задоволеності – з іншого. При складанні персонального бізнес-шаблону рекомендують починати описувати той вид діяльності, завдяки якому відбувається основний заробіток, оскільки супутні можуть взагалі не мати до кінця сформованої бізнес-структури.

Бізнес-модель по схемі Канвас застосовується для оптимізації вже діючих проєктів, але на її основі сформовано схожа модель для стартапів, яка по-англійськи називається Lean Startup Canvas.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.
2. Ямкова І. М. Напрями вдосконалення правового забезпечення підприємницької діяльності в Україні / І. М. Ямкова // Економіка та право. 2013. № 2. – С. 47–51.
3. Бланк С. Стартап. Настільна книга засновника / С. Бланк, Б. Дорф; пер. з англ. Т. Гутман, І. Окунькова, Е. Бакушева. 2-е вид. – М : Паблішер, 2014. – 614 с.
4. Дрейпер, У. Стартапи : профессиональные игры Кремниевой долины / У. Дрейпер; предисл. Е. Шмідта; пер. из англ. В. Егорова. – М: Ексмо, 2012. 378 с.
5. Купер, Б. Стартап вокруг клиента: как построить бизнес с самого начала / пер. из англ. В. Кулаєва. – М : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 151 с.
6. Тиль П. От нуля к единице: как создать стартап, который изменит будущее / П. Тиль, Б. Мастерс; перевод из англ. – М : Альпина паблішер, 2015. – 188 с.
7. Model of start-ups assessment under conditions of information uncertainty [Text] / M. Malyar, V. Polishchuk, M. Sharkadi, I. Liakh // Eastern European Journal of Enterprise Technologies, Mathematics and cybernetics - applied aspects, 2016. -3/4 (81). -P. 43-49. ISSN 1729-3774. ORCID 0000-0003-4586-1333.
8. High Tech Startup Valuation Estimator [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.caycon.com/valuation.php#bottom>

1. Господарський кодекс України. Верховна Рада України: Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>.

2. Про захист прав споживачів. Верховна Рада України: Закон України від 01.01.2019 № 1023-XII [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

3. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань. Верховна Рада України: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.

4. Про ліцензування видів господарської діяльності. Верховна Рада України: Закон України від 02.03.2015 № 222-VIII [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.

5. Про підприємництво - Верховна Рада УРСР; Закон України від 07.02.1991 № 698-XII [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.

Навчальне видання

БІБІК Наталя Валеріївна

ПІДПРИЄМНИЦТВО і START-UP

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для студентів усіх форм навчання
за спеціальностями 193 – Геодезія та землеустрій,
241 – Готельно-ресторанна справа,
281 – Публічне управління та адміністрування)*

Відповідальний за випуск *О. В. Димченко*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *Н. В. Бібік*

План 2018, поз. 144Л

Підп. до друку 28.03.2019 Формат 60 x 84/16

Друк на різнографі. Ум. друк. арк. 3,9

Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.